



جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم المالية والمحاسبة

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: المالية والمحاسبة التخصص: التدقيق المحاسبي ومراقبة التسيير

تكنولوجيا المعلومات والإتصال كأداة لتحسين أداء المنظمة

دراسة حالة الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر بمستغانم

مقدمة من طرف الطالبة:

بن نوارزكية

أعضاء لجنة المناقشة:

الإسم واللقب	الصفة	الرتبة	عن الجامعة
يسعد عبد الرحمان	رئيسا	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم
مكاوي محمد الأمين	مقرا	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم
بوظراف الجيلالي	مناقشا	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

السنة الجامعي

﴿ رَبِّ قَدْ آتَيْتَنِي مِنَ الْمُلْكِ وَعَلَّمْتَنِي مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ ﴿۱۰۱﴾
فَاطَرَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ أَنْتَ وَلِيِّ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ تَوَفَّنِي
مُسْلِمًا وَالْحَقِّي بِالصَّالِحِينَ ﴿۱۰۱﴾

سورة يوسف الآية 101.

كلمة شكر

أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من ساعدني وقدم لي يد العون لإتمام هذا العمل بصفة عامة

وإلى الأستاذ المشرف "مكاوي محمد أمين"

بصفة خاصة و أتقدو بالشكر إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة على كل الملاحظات والانتقادات

القيمة التي ستزيد من همتي وعزيمتي

إلى كل يد كريمة أهدتنا بالعون وكل من ساهم من قريب أو بعيد لرفع معنوياتنا ولكل لم يبخل

علينا بالتصحيح والتوجيه نسأل الله أن يجزيهم عن خير جزاء

شكرا لكم جميعا

بن نوارزكية

إهداء

الحمد لله وبالله نستعين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين

سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه والتابعين ومن بعدهم

بالإحسان إلى يوم الدين

إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب.. إلى من كلت أنامله ليقدم لنا لحظة سعادة... إلى من حصد

الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم

إلى القلب الكبير والدي العزيز

إلى من أرضعتني الحب والحنان... إلى رمز الحب وبلسم الشفاء

إلى القلب الناصع بالبياض... والدي الحبيبة

إلى من أفرح لرأياه... إلى ملم أجزائي بين فترة وأخرى... إلى من أشعرتني بأنني لست وحيدة... إلى من زرع الأمل في

حياتي... زوجي الحبيب "عمر"

إلى أصحاب القلوب الطيبة والنوايا الصادقة... إلى من بوجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها... إلى من
زرعوا السعادة في قلبي... إلى من تذوقت معهم لذة الحياة إخواتي بشري، نوال، فاطمة، سليمة، مبروك محمد،

عبد اللطيف

الآن تفتح الأشعة وترفع المرساة لتنتقل السفينة في عرض بحر واسع مظلم هو بحر الحياة وفي هذه الظلمة

إلى قنديل الذكريات ذكريات الإخوة البعيدة إلى الذين أحببتهم وأحبوني صديقاتي، سميرة، نوال، إلهام.

بن نوارزكية

رقم الصفحة	العنوان
	شكر
	الاهداء
	الفهرس
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	مقدمة عامة
	الفصل الأول: الإيطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والإتصال وأهم أبعاده
01	تمهيد
02	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والإتصال
02	المطلب الأول: نظرة عامة حول التكنولوجيا
07	المطلب الثاني: ماهية المعلومات والإتصال
14	المبحث الثاني: أبعاد تكنولوجيا المعلومات والإتصال
14	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والإتصال
19	المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا شبكات المعلومات والإتصال
24	المبحث الثاني: مميزات وأثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال
24	المطلب الأول: مميزات تكنولوجيا المعلومات والإتصال
24	المطلب الثاني: أثار استخدام تكنولوجيا المعلومات
27	خلاصة
	الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والإتصالات على أداء المؤسسات صغيرة ومتوسطة
28	تمهيد
29	المبحث الأول: الأداء الإقتصادي للمؤسسة
29	المطلب الأول: مفهوم الاداء
30	المطلب الثاني: محددات الأداء
31	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الأداء
32	المبحث الثاني: تزجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو الأعمال الإلكترونية
32	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في مؤسسة صغيرة ومتوسطة
33	المطلب الثاني: الأعمال الإلكترونية
37	المطلب الثالث: الفرق بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية
39	المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا المعلومات والإتصال على مختلف مستويات الأداء
39	المطلب الأول: أثر تكنولوجيا المعلومات والإتصال على الوساطة

40	المطلب الثاني: تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن
41	المطلب الثالث: تخفيض التكاليف
42	المطلب الرابع: أثر الإنترنت على استراتيجيات المؤسسة لطرح المنتجات في السوق
43	المطلب الخامس: الوصول إلى أسواق جديدة ورفع الحصة السوقية
44	المطلب السادس: تسهيل حركة المعلومات وتغيير الهيكل التنظيمي للمؤسسات
45	خلاصة
	الفصل الثالث: دراسة حالة الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر بمستغانم (فرع عشعاشة)
46	تمهيد
47	المبحث الأول: عموميات حول الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر
47	المطلب الأول: نشأتها
47	المطلب الثاني: أهداف ونشاطات إتصالات الجزائر
49	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة إتصالات الجزائر
51	المطلب الرابع: تحليل البيانات الشخصية لأفراد الوكالة
53	المبحث الثاني: واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في مؤسسة إتصالات الجزائر
53	المطلب الأول: واقع نظام المعلومات في الوكالة
54	المطلب الثاني: الخدمات والمنتجات المقدمة من طرف الوكالة
57	المطلب الثالث: الأفق المستقبلية للإتصالات الجزائر
58	المطلب الرابع: تقييم مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في شركة إتصالات الجزائر
60	خلاصة
61	الخاتمة العامة
63	قائمة المراجع
68	الملخص
70	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
05	أنواع التكنولوجيا حسب مراحل تطورها	01-01
07	نسبة التحسين في الأداء عند استخدام التكنولوجيا	02-01
51	من حيث الجنس	01-03
51	من حيث العمر	02-03
52	من حيث المستوى الدراسي	03-03
52	من حيث المستوى الوظيفي	04-03
52	من حيث الأقدمية	05-03
55	يوضح تسعيرة المكالمات الوطنية	06-03
56	يوضح تدفق الأنترنت والأسعار المرافقة له حسب عدد الأيام	07-03

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
10	العلاقة بين البيانات والمعلومات	01-01
49	هيكل تنظيمي للوكالة	01-03

Signification	الرمز	الدلالة
Business to business	B ₂ B	الأعمال إلى الأعمال
Business to consumer	B ₂ C	الأعمال إلى الزبائن
Business to employer	B ₂ E	الأعمال إلى العاملين
Business to government	B ₂ G	الأعمال إلى الحكومة
Government to government	G ₂ G	الحكومة إلى الحكومة
Government to citizen	G ₂ C	الحكومة إلى المواطنين
Government to business	G ₂ B	الحكومة إلى الأعمال
Consumer to consumer	C ₂ C	زبون إلى زبون
Consumer to business	C ₂ B	زبون إلى الأعمال

المقدمة العامة

لقد أدت التطورات التكنولوجية الأخيرة إلى أحداث تغييرات هامة على كافة المستويات، بحيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسيلة بقاء وأداة لا يمكن الإستغناء عنها في عالم مفتوح يعتمد على القدرة التنافسية معيارا للتقدم والإزدهار وأحد محركات النمو الإقتصادي في الدول، لأنها تعمل على زيادة كفاءة وفعالية المؤسسات من خلال التوسع في استخدام تطبيقات الأعمال والأنشطة الإلكترونية.

لقد أصبحت المعلومات قوة مؤثرة تتحكم في مختلف مستويات المنظمة، وباتت مختلف عمليات ونشاطات المنظمة تعتمد إلى حد كبير على حجم ونوعية المعلومات المتوفرة لها.

ولهذا أعادت تكنولوجيا المعلومات والاتصال مازالت تعمل على إعادة تشكيل الكثير من الطرق الإعتيادية للأفراد والمؤسسات، وبناء علاقة تشابك علاقات أقل وضوحا وأكثر تعقيدا ولكن أكثر كفاءة وفي معظم الأحيان أقل كفاءة.

من خلال ما سبق ذكره تبرؤ معالم اشكالتنا وفق التساؤل التالي:

كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تحسين أداء مؤسسة اتصالات الجزائر؟

وللإجابة عن السؤال الرئيسي للإشكالية نقوم بالإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم في تحسين أداء المنظمة؟

- ما هو تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوكالة التجارية؟

فرضيات البحث

- تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال يساهم في تطوير وتحسين آليات عمل المنظمة.

- مؤسسة اتصالات الجزائر مؤسسة ناجحة لأنها تعتمد على أداء جيد ونظام معلومات ناجح.

أسباب اختيارالموضوع

- الدور الذي تلعبه حاليا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إطار ما يسمى بإقتصاد الرقمي أو إقتصاد المعرفة أو إقتصاد المعلومات.

- التعمق في دراسة الأنظمة المعلوماتية وتكنولوجيا المعلومات في تطوير القدرة التنافسية للمؤسسة.

- الرغبة الشخصية في هذا الموضوع.

- شعوري بقيمة وأهمية الموضوع.

أهمية الدراسة

تظهر أهمية هذا البحث من خلال حداثة الموضوع ومختلف عناصره, حيث تم الجمع بين متغيرات ذات أهمية في الوقت الراهن, وبالنظر إلى مزايا العديدة التي يمنحها التطبيق الجيد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال مسيرة المؤسسة للتطورات التكنولوجية, من المهم التعرف على واقع المؤسسات محليا ومستواها في تكنولوجيا المعلومات, ومدى وعي مسيروها بدور تكنولوجيا الحديثة واستخداماتها الفعلية وذلك من أجل تحسين أداء المنظمات, خاصة بعد أن عرفت هذه التكنولوجيا تطورا في السنوات الأخيرة.

أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- توضيح أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى المؤسسة.
- التعرف بالمفاهيم الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات, وإبراز قيمة هذه التكنولوجيا في تحسين أداء المنظمة.
- محاولة تحليل وتقييم واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة إتصالات الجزائر, ومدى استغلالها للتكنولوجيا وإقترح حلول وتوصيات للمؤسسة مما يسمح بتحسين الأداء بأحسن وجه.

المنهج المتبع في البحث

للإجابة على الأسئلة المطروحة اتبعنا المنهج التحليلي الوصفي في الجانب النظري والتطبيقي الذي كان في شكل دراسة حالة.

الدراسات السابقة

- دراسة مراد رايس 2006

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الموارد البشرية في المؤسسة. دراسة حالة مديرية الصيانة لسونطراك بالأغواط, هدفت الدراسة إلى بحث أهم آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المورد البشري, داخل المؤسسة الجزائرية, أثبتت نتائج الدراسة أنه ليس هناك أي أثر واضح على الموارد البشرية ويرجع ذلك إلى:

تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة لا تزال في مراحلها الأولى وكذلك ضعف التأهيل لدة المورد البشري في استخدام هذه التكنولوجيا وقلة البرامج التكوينية.

- دراسة شاذلي شوقي 2007-2008

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية, هدفت الدراسة إلى تقييم كثافة وطرق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على مستويات الأداء في المؤسسات صغيرة ومتوسطة, وكذلك عن تأثيرها فقد تبين أنه يبرز في تخفيض تكاليف الاتصال والترويج, وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن, وسهولة تداول المعلومات, بالإضافة إلى كون هذه الدراسة تتعرض إلى فئة معينة من المؤسسات وهي المؤسسات صغيرة ومتوسطة الجزائرية. وذلك من خلال قياس كثافة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في هذه المؤسسات, وهذا يوضح مقياس يعتمد على مجموعة المؤشرات التي تقيس كثافة هذه التكنولوجيات لتبين مستوى توجه المؤسسات صغيرة ومتوسطة للأعمال الإلكترونية.

- دراسة بشير كاوجة 2013

تحت عنوان دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الإستشفائية العمومية الجزائرية, بحث مقدم لتيل شهادة ماجستير في علوم الإقتصادية, جامعة ورقلة, الذي يهدف فيه إلى إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيره على الاتصال الداخلي بالمؤسسات للإستشفائية العمومية الجزائرية, وقد توصل الباحث إلى أنه يستلزم على المستشفيات العمل على البحث عن الوسائل والتقنيات الملائمة لموضوع الرسالة المنقولة في العملية الاتصالية, وهذا لا يأتي إلى بتوفير بنية تحتية متطورة من شبكات المعلومات والاتصال وتطبيقها, كأداة لدعم الاتصال وتكون سهلة النفاذ وبتكلفة معقولة, لتشغيل على نطاق أوسع بالمستشفيات.

هيكل البحث

تم الإعتماد في معالجة الموضوع على ثلاثة فصول, أولها يخص عرض الجانب النظري للإيطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهم أبعادها, أما الفصل الثاني تطرق إلى أثر تكنولوجيا

المقدمة العامة

المعلومات والاتصالات على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة, وأخيرا الجانب التطبيقي يخص دراسة حالة الوكالة التجارية لإنصالات الجزائر بمستغانم فرع عشعاشة.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
وأهم أبعادها

تمهيد

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الموضوعات الهامة، حيث أن قطاع الاتصالات والمعلومات هو من قطاعات الرئيسية التي تساعد الدول والمؤسسات على زيادة نمو الإقتصادي وتحسين قدراتها الإقتصادية.

لذلك نحاول أن نبرز مدى أهمية الاتصالات والمعلومات في المجتمع حيث أنها تؤثر على كافة القطاعات الإقتصادية المختلفة ودورها في زيادة قدرة الدول على فتح أسواق خارجية لها، والقدرة على تصريف منتجاتها المختلفة.

وحتى نلقي الضوء على مختلف هذه النقاط، قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الثاني: أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الثالث: مميزات واثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

قبل التطرق إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال سنحاول التعرف على أهم المصطلحات ذات الصلة بالموضوع، وذلك نتناول كل مصطلح على حدة رغم تداخل بعضها في بعض، وعليه سنتطرق لكل من التكنولوجيا، المعلومات و الاتصال.

المطلب الأول: نظرة عامة حول التكنولوجيا

تعتبر التكنولوجيا من أحدث الأدوات المؤسسة والإدارات بل حتى الحكومات، وأصبح مفهومها مرتبط بتطور وتقدم المجتمعات، فهي تعتبر من الأدوات الأكثر مساهمة وبطريقة مباشرة في بناء مجتمع جديد ينطوي على أساليب وتقنيات جديدة، وفي هذا الجزء سنتناول مختلف المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا، وكذلك مراحل تطورها وأنواعها.

أولاً: مفهوم التكنولوجيا

يعتبر لفظ التكنولوجيا من أكثر الألفاظ تداولاً في عصرنا الحالي¹، غير أنه بقدر ما يزداد شيوع استخدامه، يزداد الغموض واللبس فيه، فموضوع التكنولوجيا لا يزال يطرح تساؤلات عديدة بشأن تحديد مفهوم دقيق لها من طرف علماء الإقتصاد، وعليه تعددت الرؤى واختلفت المفاهيم حولها نذكر منها مايلي:

من ناحية المدلول الغوي، تعد كلمة تكنولوجيا (Technology) من المصطلحات التي تواجه الكثير من الالتباس والتأويل، إذ يستخدمها البعض كمرادف للتقنية (Technique) في حين يرى آخرون اختلافًا واضحًا بينهما، ويرجع أصل التكنولوجيا إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين هما (Techno) تعني التشغيل الصناعي، والثاني (logy) أي العلم أو المنهج، لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي.²

وتعرف التكنولوجيا على أنها علم الأداء أو علم التطبيق، أو الطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، وهي علم التشغيل الصناعي كما هي علم الفنون والمهن.³

¹ وليد بن التركي، دور نقل التكنولوجيا في تحسين القدرة التنافسية، الطبعة الأولى، الناشر مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2016، ص 15.

² محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009، ص 13.

³ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص 16.

وتعرف أيضا على أنها: "الأدوات أو الوسائل التي تستخدم الأغراض علمية وتطبيقية والتي ستعين بها الإنسان في عمله لإكمال قواه وقدراته، وتلبية تلك الحاجيات التي تظهر في إطار ظروفه الإجتماعية، وكذا التاريخية"⁴.

بعد أن تطرقنا إلى مختلف التعاريف التكنولوجية، يمكن أن نلخصها في تعريف عام ويشمل التكنولوجيا في مفهومها الواسع وهو ينص على:⁵

التكنولوجيا هي مجموعة المعارف والخبرات والمهارات المتاحة والمتراكمة والمستنبطة بالإنتاج والخدمات الموجهة من أجل خدمة أغراض محددة للإنسان والمجتمع، وتستند التكنولوجيا على العلم في تقدمها وتعتمد على القاعدة الإنتاجية المرتبطة بالتنمية الشاملة من أجل نموها وتطورها.

من هذا التعريف يمكن تحديد المكونات الثلاثة التالية للتكنولوجيا:

- 1- المدخلات (Inputs): وتشمل جميع العناصر والمكونات اللازمة لتطوير المنتج من: الأفراد، نظريات وبحوث، أهداف، آلات، مواد وخدمات، أموال، تنظيمات إدارية، أساليب عمل، تسهيلات.
- 2- العمليات (Processes): وهي الطريقة المنهجية المنظمة التي تعالج بها المدخلات لتشكيل المنتج.
- 3- المخرجات (Outputs): وهي المنتج النهائي في شكل نظام كامل وجاهز للإستخدام كحلول المشكلات.

ثانيا: مراحل تطوير التكنولوجيا

مرت التكنولوجيا كغيرها من جوانب المعرفة الإنسانية عبر مراحل أهمها:⁶

- 1- مرحلة الصناعات اليدوية (Handicraft).
- 2- مرحلة الآلية أو المكننة (Mechanigation).
- 3- مرحلة الإنتاج الواسع (Massporuction).
- 4- مرحلة التحكم الآلي (Autonction).
- 5- مرحلة التحكم الذاتي (Cybernotion).

⁴ عبيد سميير، العرب والتكنولوجيا، الطبعة الأولى، دار الأفاق الجديدة، دار الأفاق الجديدة، بيروت، 1981، ص 120.

⁵ وليد بن تركي، مرجع سبق ذكره، ص 18.

⁶ غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومداخل تقنيات تطبيقات عملية)، الطبعة الأولى، دار المناهج لنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص ص 20-29.

والشيء الملاحظ في أيامنا هذه أن جميع مراحل التكنولوجيا أعلاه هي مستخدمة وفي مختلف المجتمعات الإنسانية وفي مختلف مجالات الحياة أيضا، رغم التطورات التي طرأت على المراحل من التطور، كما أن استخدام الحاسب والتقنيات الحديثة أدى إلى تأثير كبير في عمل المؤسسات المعاصرة، إذا غزى وبشكل مكثف ومتزايد في جوانب الأداء الفني والإداري في المؤسسات حسب مستويات استخدامها للتكنولوجيا.

ثالثا: أنواع التكنولوجيا

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها ما يلي:⁷

1- حسب المؤسسة

فهناك أربعة أنواع من التكنولوجيا داخل أي مؤسسة كما يلي:

- تكنولوجيا أساسية: وهي تلك التي تركز المؤسسة عليها وتتخصص فيها ولا تستأجرها من الخارج.
- تكنولوجيا مساعدة: وهي التي لا تتخصص فيها المؤسسة ولكنها تستأجرها أو تشتريها من الخارج (نقل تكنولوجيا).
- تكنولوجيا الربط: وهي تلك التي تعمل على ربط التكنولوجيا الأساسية بالتكنولوجيا المساعدة، وتتمثل أساسا في الموارد البشرية المهرة لإستعمال التكنولوجيا المستوردة.
- تكنولوجيا الرؤيا: وهي التي يجب أن يتمتع بها المدير العام، وهي القدرة على استشراف مستقبل التكنولوجيا وتحويل المؤسسة إلى منتجات تكنولوجيا جديدة إذا وصلت المنتجات الأساسية إلى مرحلة النضج.

2- حسب طبيعة التكنولوجيا: فهناك نوعين:⁸

- تكنولوجيا خشنة ومجسدة (Embodied): تتجسد إما في العمالة، أو الآلات والمعدات والتجهيزات الرأس مالية بل حتى في السلع الاستهلاكية المعمرة (السيارات، التلفزيون...الخ).
- تكنولوجيا ناعمة أو غير مجسدة (Disembodied): وتتمثل في المعرفة وتحويل خلاصة البحوث العملية المبتكرة إلى تطبيقات علمية مفيدة في النشاط الإقتصادي.

⁷ وليد بن تركي، مرجع سبق ذكره، ص ص 19-21.

⁸ وليد بن تركي، مرجع سبق ذكره، ص ص 22-23.

3- حسب إستخدامها لعناصر الإنتاج: وبالتالي تقسم إلى:

- تكنولوجيا متقدمة كثيفة رأس المال: هي التكنولوجيا التي تستخدم أسلوب إنتاجي متميز بإستخدام كمية رأس المال نسبيا من كمية العمل ويعمل على زيادة الإنتاجية الحديثة بمعدل أكبر من معدل زيادتها للعمل.

- تكنولوجيا تقليدية كثيفة العمالة: هي التكنولوجيا التي تستخدم أسلوب إنتاجي متميز بإستخدام كميو العمل أكبر نسبيا من كمية رأس المال ويعمل على زيادة الإنتاجية الحديثة بمعدل أكبر من معدل زيادتها لرأس المال.

- تكنولوجيا متوسطة: هي التكنولوجيا التي تستخدم أساليب مصممة لتشغيل أعداد كبيرة من العمل وإستخدام كمية أقل من رأس المال عما تستخدمه التكنولوجيا كثيفة رأس المال وتمثل وسط بين وسائل الإنتاج كثيفة رأس المال وكثيفة العمل.

4- حسب مراحل التطور: وتقسم إلى أربعة أنواع هي:

الجدول رقم (01-01): أنواع التكنولوجيا حسب مراحل تطورها

التعريف الخاصائص	نوع التكنولوجيا
(تكنولوجيا بسيطة) ممارسة وموجودة بالتساوي عند كل المنافسين ولكنها ضرورية لتواجد المؤسسة في السوق.	التكنولوجيا القاعدية
وهي التي تكون درجة ممارستها محدودة من طرف بعض المنافسين (التكلفة أو الجودة).	التكنولوجيا المفتاحية
هي التكنولوجيا الجديدة في مرحلة التطور (هامشية) قابلة لأن تصبح تكنولوجيا مفتاحية.	التكنولوجيا البارزة
وهي تكنولوجيا لا زالت في ميدان البحث وتمارس من طرف القليل من المؤسسات وهي خطيرة.	التكنولوجيا الجنينية

المصدر: وليد بن تركي، مرجع سبق ذكره، ص 20.

رابعا: الدور الإستراتيجي للتكنولوجيا في المؤسسة

تحتل التكنولوجيا دورا حيويا في مختلف المؤسسات لمساهمتها في تحقيق الأداء المتميز ولدورها الفعال في تحسين وتعزيز ديمومة مراكزها التنافسية، مما يؤكد مواكبة المؤسسات للتغيرات التكنولوجية السريعة في ميادين العمليات، وقد حققت عدة مزايا نذكر منها على سبيل المثال لا للحصر ما يلي:⁹

- 1- تقليل تكاليف العمل وزيادة المبيعات.
- 2- المساهمة في تحسين الجودة، وتسريع أوقات تسليم المنتجات من خلال تقليل أوقات العمل والتأخيرات في العمل.
- 3- تحسين الظروف البيئية، إذ تساهم في القضاء على الضوضاء فضلا عن التقليل نسب التلوث البيئي بشكل كبير.
- 4- تساعد على الإختراعات والتجديدات والإبداعات في السلع والخدمات والوسائل والعمليات لإتباع الحاجيات والرغبات التي هي في تطور دائم.
- 5- تساعد على تحقيق الميزة التنافسية، وكذا المحافظة على البقاء والإستمرارية بتحقيق التكنولوجيا لمجموعة المزايا المذكورة وغيرها، فهي تعمل بشكل مباشر وغير مباشر في الرفع من الأداء الداخلي للمؤسسات كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول رقم (01-02): نسبة التحسين في الأداء عند استخدام التكنولوجيا

⁹ غسان قاسم داود اللامي، مرجع سبق ذكره، ص ص 41-44.

مؤشر الأداء	نسبة التحسين
الكفاءة	زادت بنسبة 75%
المساحة والفضاءات	أقل من 50%
مستويات التخزين	انخفضت إلى 60%
كميات الإنتاج	زادت بنسبة 50%
نسبة الإنتفاع من الآلات	ارتفعت إلى 150%
التكاليف	انخفضت إلى 40%
نسبة التالف والمعاب	انخفضت إلى 90%
الوقت الزمني	انخفضت إلى 80%
التنوع	عالي جدا
الإبداع	عالي
الجودة	متميز
المرونة	عالية

المصدر: غسان قاسم داود اللامي, مرجع سبق ذكره, ص 43.

المطلب الثاني: ماهية المعلومات والإتصال

I المعلومات:

بعد التطرق لمصطلح التكنولوجيا كونه جزء مهم من تكنولوجيا المعلومات والإتصال, سوف نتطرق إلى مصطلح المعلومات بإعتبارها موردا جوهريا ولا بد التعامل معه, بحيث أن المعلومات أحد عناصر العملية الإنتاجية التي لا يمكن الإستغناء عنها في المؤسسات الإقتصادية.

أولا: تعريف المعلومات وخصائصها

تشكل المعلومة العصب المحرك لأي نشاط يقوم به الإنسان في ممارسته اليومية على اختلاف مجالات استخدامها لهذا سيتم التطرق لتعريف المعلومة ثم خصائصها.

1- تعريف المعلومات: نظرا للتداخل بين مفهوم كل من المعلومات والبيانات لا يمكن التحدث عن تعريف المعلومات دون الحديث عن البيانات, فالبرغم من أن البعض يستخدمها على أساس أنهما مترادفين لمعنى واحد, إلا أنه توجد العديد من المفاهيم التي بواسطتها يمكن من خلالها التفريق بينهما.

أ- البيانات:

يشير مفهوم البيانات إلى مجموعة حقائق غير منظمة قد تكون في شكل أرقام أو كلمات أو رموز لا علاقة بين بعضها البعض أي ليس لها معنى حقيقي ولا تؤثر في سلوك من يستقبلها، وبالتالي فهي حقائق غير محددة العدد وغير مرتبطة ومن أمثلة البيانات، أسماء العلماء، عدد المستخدمين، الطاقة الإنتاجية... الخ.¹⁰

وكذلك تعرف البيانات على أنها "هي المادة الأولية التي نستخلص منها المعلومات"¹¹، وتعرف أيضا أنها مجموعة من الحقائق الأولية تمثل الوقائع التي تقع في المنظمة أو البيئة الطبيعية قبل أن يتم تنظيمها وترتيبها بشكل يتمكن الأفراد من فهمها واستخدامها.¹²

ب- المعلومات

على الرغم من أن مصطلح المعلومات يستخدم بشكل واسع في حياتنا اليومية وفي النتاج الفكري لعلم المكتبات والمعلومات وغيرها من العلوم ذات العلاقة، إلا أنه هناك إجماع لدى الباحثين والمتخصصين في المجال على صعوبة تحديد تعريف دقيق ومتفق عليه لهذا المصطلح، ونتيجة لذلك تعددت التعريفات من بينها:

- المعلومات بيانات تمت معالجتها بغرض تحقيق هدف معين، يقود إلى إتخاذ قرار توصيل الحقائق والمفاهيم إلى الأفراد من أجل زيادة معرفتهم.¹³

- المعلومات "هي البيانات التي تم إعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعا للفرد مستقبلها والتي لها قيمة مدركة في الإستخدام الحالي أو المتوقع أو في القرارات التي يتم اتخاذها".¹⁴

أو هي "عبارة عن البيانات منسقة ومنظمة ومرتبطة، وبالتالي تفيد الجهة التي تملكها الإدارة لإتخاذ قرار معين".¹⁵

2- خصائص المعلومات

¹⁰ نوري منير، نظام المعلومات المطبق في التسيير، الطبعة التاسعة، ديوان المطبوعات الجامعية، بدون النشر، 2012، ص 45.
¹¹ عبد الرحمان الهاشمي، فائزة محمد العزاوي، المنهج والإقتصاد المعرفي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص 247.
¹² عبد الناصر علك حافظ، نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على الوظائف المنظمة، الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 101.
¹³ ريحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي، تسويق المعلومات، الطبعة الثانية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص ص 22-23.
¹⁴ نوري منير، مرجع سبق ذكره، ص 63.
¹⁵ محمد مصطفى الخشروم، نبيل محمد مرسى، إدارة الأعمال (مبادئ ومهارات ووظائف)، الطبعة الثانية، دار الأمل للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 454.

مهما اختلفت نوع المعلومات إلا هناك مجموعة من السمات والخصائص التي يجب أن تتميز بها حتى تكون ذات جودة وقابلة للإستعمال, من أهم هذه السمات نذكر منها:

أ- الملائمة: بمعنى أن تتلائم المعلومات مع الغرض الذي أعدت من أجله, ويمكن الحكم على مدى ملائمة أو ملائمة المعلومات بكيفية تأثير هذه المعلومات على سلوك مستخدميها, فالمعلومات الملائمة هي التي ستؤثر على سلوك متخذ القرار وتجعل يعطي قرارا يختلف عن القرار الذي كان يمكن اتخاذه في حالة غياب هذه المعلومات.

ب- القبول: بمعنى أن تقدم المعلومات في الصورة وبالوسيلة التي يقبلها مستخدم هذه المعلومات من حيث الشكل ومن حيث المضمون, فمن حيث الشكل يمكن أن تكون المعلومات في شكل تقرير مكتوب بلغة سهلة وواضحة ومفهومة أو في شكل جداول أو إحصائيات أو رسومات بيانية وما إلى ذلك, أما حيث المضمون فيتعلق بدرجة التفاصيل المطلوبة, فلا تكون منحصرة بأكثر من اللازم مما قد يفقدها معناها, وبالتالي عدم قدرته على التركيز للحصول على المعلومة المطلوبة.¹⁶

ج- الوقتية: بمعنى تقديم المعلومات في الوقت المناسب, بحيث تكون متوفرة في وقت الحاجة إليها حتى تكون مفيدة ومؤثرة, وبطبيعة الحال لن تكون المعلومات المقدمة لمتخذ القرارات متأخرة جدا عن موعدها, أي قيمة أو تأثير على سلوكه مهما كانت درجة أهميتها وحيوتها لهذا القرار.

د- الصحة والدقة: يقصد بالمعلومات الصحيحة أن تكون معلومات حقيقية عن الشيء الذي تعبر عنه, ودقيقة بمعنى عدم وجود أخطاء أثناء إنتاج وتجميع والتقرير عن هذه المعلومات.¹⁷

ثانيا: الفرق بين المعلومات والبيانات

تختلف البيانات عن المعلومات في عدة جوانب أهمها ما يلي:¹⁸

- 1- يبدأ أي نظام المعلومات بالبيانات (data) وينتهي بالمعلومات (information).
- 2- البيانات هي حقائق تم تسجيلها, أو سيتم تسجيلها مستقبلا بشأن أحداث معينة, وقد تكون هذه الحقائق مستقلة وغير مرتبطة ببعضها وغير محددة العدد, وتعرف أيضا بالمدخلات, أما المعلومات

¹⁶ ثابت عبد الرحمان إدريس, نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة, بدون طبعة, الدار الجامعية, الإسكندرية, 2005, ص ص 68-69.

¹⁷ محمد شوقي أحمد محمود يوسف وآخرون, نظم المعلومات المحاسبية, الطبعة الخامسة, كلية التجارة, القاهرة, 1987, ص 33.

¹⁸ هاشم أحمد عطية, محمد محمود عبد ربه, مدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية, الطبعة الأولى, الدار الجامعية للنشر, الإسكندرية, 2000, ص 9.

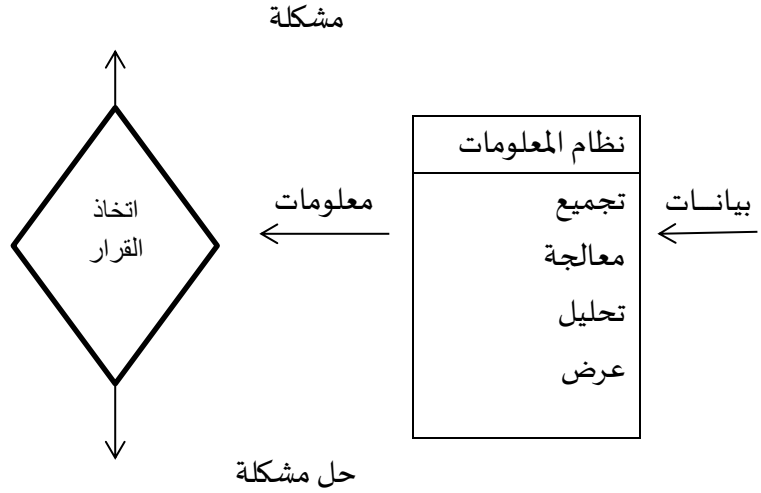
فهي ناتج عن تشغيل البيانات وهي تمثل المخرجات في نظام المعلومات، ولها تأثير في اتخاذ القرارات المختلفة.

3- يقوم المستخدم بإدخال البيانات للحاسب ثم يقوم بتشغيلها وترتيبها، ثم يجرى عليها بعض العمليات ليحصل على معلومة ذات قيمة وفائدة، وكل مجموعة من المعلومات تشكل معرفة ما وهذه هي وظيفتها النهائية.

4- عادة ماتكون البيانات على شكل أرقام وجداول وأشكال بيانية، بينما تكون المعلومات على شكل نصوص وعبارات أو صور توضيحية، ويمكن أن تكون البيانات نصوصاً وأرقاماً أو صوراً أو أي شكل آخر.

ويمكن التعبير عن العلاقة بين البيانات والمعلومات كما في الشكل التالي:

الشكل رقم (01-01): العلاقة بين البيانات والمعلومات



المصدر: هاشم أحمد عطية، محمد محمود عبدربه، مرجع سبق ذكره، ص 10.

ويمكن أن نستنتج ما يلي:

- إن المعلومات هي المنتج النهائي لنظم المعلومات الموجودة في المؤسسة.
- إن المعلومات تستخدم في تأكيد أو تصحيح معلومات سابقة، أو إضافة حقائق أو أفكار جديدة لمستقبل أو مستخدم المعلومات.

- إن المعلومات لها قيمة عند اتخاذ القرارات, حيث أنها تغير من الإحتمالات الخاصة بالنتائج المتوقعة في الموقف الذي فيه القرار.

- إن المعلومات تكلفة عند إنتاجها كما أن لها عائد عند استخدامها.

- إن الوظيفة أو الهدف النهائي للمعلومات هو زيادة المعرفة, أو تخفيض حالة عدم التأكد لدى مستخدمي هذه المعلومات, مما يساعدهم في اتخاذ القرارات.

إذن فالمعلومات هي: "بيانات تم تشغيلها بطريقة معينة أدت إلى الحصول على نتائج ذات معنى مفيد لمستخدميها".¹⁹

II الإتصال

تزداد يوما بعد يوم أهمية الإتصال في المؤسسة, وذلك نظرا للدور الهام الذي تلعبه هذه الوظيفة على كافة المستويات ونتيجة للتطور المذهل لوسائلها التي أصبحت تؤثر مباشرة على كفاءة ومردودية المؤسسة.

أولا: تعريف الإتصال

تشتق كلمة اتصال من الأصل اللاتيني communicon وتعني مشترك, وفي الأصل الإنجليزي تعني كلمة common أي شائعا ومألوفاً, ومن خلال المفردات السابقة نستطيع أن نلم بمعنى كلمة إتصال على أنها تعني عملية نقل وتبادل المعلومات وجعل معانها معروفة بين الناس لتحقيق غرض ما أو أثرها²⁰, "الإتصال هو عملية نقل فكرة أو مهارة أو حكمة من شخص لآخر".²¹

عرف أيضا أنه " العملية التي تنقل بها الرسالة من مصدر معين إلى مستقبل واحد أو أكثر بهدف تغيير السلوك"²².

هو نقل وتبادل المعلومات المفهومة والمفيضة إلى تحقيق هدف معين, بين طرفين.²³

¹⁹ محمد مصطفى الخرشوم, نبيل محمد مرسي, مرجع سبق ذكره, ص 10.

²⁰ محمد منير حجاب, الإتصال الفعال للعلاقات العامة, الطبعة الأولى, دار الفجر للنشر والتوزيع, القاهرة, 2007, ص 20.

²¹ محمد سيد فهمي, فن الإصال في الخدمة الإجتماعية, بدون طبعة, دار الوفاء لطباعة والنشر, الإسكندرية, 2006, ص 23.

²² محمد جمال الفار, المعجم الإعلامي, بدون طبعة, دار أسامة للنشر والتوزيع, الأردن, عمان, 2010, ص 8.

²³ محمد حافظ حجازي, وسائط الإتصال الرسمي (البيروقراطية - الكمبيوترية), الطبعة الأولى, دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر, الإسكندرية, 2006, ص 12.

ثانيا: أهمية الإتصال

تتجلى أهمية الإتصال في عدة نقاط أهمها ما يلي:²⁴

- 1- يتوقف على هذا المهارة نجاح الأخصائي في ممارسته لدوره المهني سواء داخل المؤسسة أو خارجها.
- 2- يمكن من خلاله زيادة معدلات المشاركة من جانب أفراد المجتمع في مشروعات التنمية.
- 3- إنها أداة مهمة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها وفي تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها.
- 4- إنها أداة فعالة لمواجهة اية شائبات أو معوقات تواجه المؤسسة سواء بين أفرادها و كانت إشاعات أو معوقات تتصل بالمجتمع المحلي المحيط بها.
- 5- إنها وسيلة أساسية في تحسين الأداء والتبادل الفكري بين الرؤساء والمرؤوسين وبين الإدارات المختلفة بالمؤسسة والمؤسسات الأخرى.
- 6- تعمل على خلق فرص الإحتكاك والتقارب بين الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمع.
- 7- مهارة الإتصال مهارة إنسانية منها احترام الإنسان وقيمه وتفكيره ومشاعره، ومن خلالها يتم مراجعة احتياجاتهم الأساسية.

ثالثا: وظائف الإتصال

- يضطلع الإتصال والإعلام بوظائف أساسية بإعتباره نشاطا فرديا وجماعيا، يشمل كل الأفكار والحقائق والبيانات، و المشاركة فيها، ويمكن تحديد الوظائف الرئيسية للإتصال ومن بينها:²⁵
- 1- الوظيفة الإعلامية والإخبارية: وتتمثل في جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والوسائل والبيانات والصور والحقائق والأراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئة والقومية والدولية، والتصرف تجاهها من علم ومعرفة والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات الصائبة.
 - 2- وظيفة التثنية الإجتماعية: وتنحصر هذه الوظيفة في توفير رصيد مشترك من المعرفة، يمكن الأفراد من أن يعملوا كأعضاء ذو فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه، ودعم التآزر والوعي الإجتماعي وبذلك تكفل مشاركة تنشطة في الحياة العامة.

²⁴ محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص 109.

²⁵ أحمد النواصرة، الإتصال والتسويق بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص ص 19-20.

3- وظيفة خلق الدوافع: ويقصد بذلك أن الإتصال والإعلام يساهم في دعم الأهداف المباشرة والنهائية لكل مجتمع، وتشجيع الإختبارات الشخصية، والتطلعات ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات، والتي تتجه نحو تحقيق الأهداف المتفق عليها.

4- وظيفة الحوار والنقاش: يساهم الإعلام والإتصال في توفير وتبادل الحقائق اللازمة لتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة، وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة لدعم الإهتمام والمشاركة على نحو أفضل بالنسبة لكل الأمور التي تهم الجميع محليا واقليميا وعالميا.

5- وظيفة التربية: وتتمثل في نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي، وتكون الشخصية واكتساب المهارات والقدرات في كافة مراحل العمر.

6- وظيفة النهوض الثقافي: يسعى الإتصال والإعلام إلى نشر الأعمال الثقافية والغنية بهدف المحافظة على التراث والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد، وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية، إطلاق قدراته على الإبداع.

7- الوظيفة الترفهية: ويتمثل في اذاعة التمثيليات الروائية والرفض والفن والأدب والموسيقى والأصوات والصور بهدف الترفيه والإمتاع على الصعيدين الشخصي والجماعي، وتنسية الناس المعاناة والصعوبات التي يواجهونها في حياتهم اليومية.

8- وظيفة التكافل: وتتمثل في توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى رسائل متنوعة تحقق حاجتهم في التعارف والتفاهم والتعرف على ظروف معيشية الآخرين ووجهات نظرهم وتطلعاتهم.²⁶

رابعاً: أنواع الإتصال

تظهر الإتصالات بأشكال مختلفة وتناسب فيها المعلومات باتجاهات شتى وبشكل عام يمكن التمييز بين الأنواع الرئيسية التالية:²⁷

1- الإتصال التنازلي: وهو الذي يأتي من قمة الهرم التدريجي إلى قاعدته، بمعنى الأراء والأفكار التي تنزل من الإدارة إلى العمال مثلاً.

²⁶ أحمد النواصرة، مرجع سبق ذكره، ص 20.

²⁷ غريب سيد أحمد، علم الإجتماع والإتصال والإعلام، دون طبعة، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2002، ص ص 37-38.

2- الإتصال التصاعدي: ذلك الذي ينتقل من قاعدة إلى قمته, بمعنى انتقال المعلومات من العمال إلى الإدارة مثلا.

3- الإتصال الأفقي: وهو الذي يكون بين العمال من قسم إلى قسم في نفس المستوى وينوقف مضمون الإتصال إلى حد ما على اتجاهه.

فالإتصالات التنازلية يمكن أن تتضمن تعليمات وأوامر وتقارير أما الإتصالات التصاعدية يمكن أن تتضمن إقتراحات واءاء وشكاوي ومظالم. وقد تكون الإتصالات رسمية أو غير رسمية, والرسمية أما شفوية أو تحريرية.

أ- فمن الإتصالات الرسمية مسح الإتجاهات, والمقبلات الشخصية, واجتماعات الرؤساء بالمرؤوسين, وجريدة الحائط, والأحاديث العامة, والنشرات, والإعلانات, والتقارير المطبوعة, والخطابات, ومن أفضل هذه الطرق الرسمية طريقة "المناقشة الجماعية".

ب- أما الإتصالات غير الرسمية فعلى أنواع متعددة من أهمها اتصالات المواجهة اليومية لإعطاء الأوامر, أو الإستفسار عما يجب عمله, أو معالجة بعض الشكاوي والصعوبات المعارضة, أو التساؤلات عن إشاعة طارئة.

وهذا النوع من الإتصال من أكثر أنواعه خطورة وأهمية وذيوعا, ولذلك تعمل معظم المؤسسات على الإهتمام به, إذ ليست النشرات والأحاديث والخطابات الرسمية إلا عوننا على هذا الإتصال اليومي, ولا يمكن ان تكون بديلا عنه.²⁸

المبحث الثاني: أبعاد تكنولوجيا المعلومات والإتصال

سنتاول في هذا المبحث أهم أبعاد تكنولوجيا المعلومات والإتصال من مفاهيم وتعريفات.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والإتصال

قبل التطرق لمختلف مفاهيم تكنولوجيا المعلومات والإتصال سنتناول أهم التعريفات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الإتصال.

أولا: مفهوم التكنولوجيا المعلومات

²⁸ غريب سيد أحمد, مرجع سبق ذكره, ص 38.

إن جوهر التكنولوجيا المعلومات يتركز في استخدام الحساسات الالكترونية والاتصالات من بعد (السلكية واللاسلكية) لخلق وتشكيل وتوزيع، التنوير والترفيه، وهي أكثر تقنية في حصاد الوسائل الموظفة لكي تجمع شكل منظم وتعالج وتخزن وتعرض وتبادل المعلومات دعما للأنشطة الفكرية للإنسان.²⁹

1- تعريف تكنولوجيا المعلومات

إن أصل تكنولوجيا المعلومات بالمعنى الحالي للكلمة يعود إلى ظهور أول أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات، وفي السنوات الستينيات إنطلاقاً من المبدأ التقني لمعالجة الالكترونية للمعلومات، ومنذ ذلك الوقت ونظراً للتطورات الكبيرة الحاصلة في هذا المجال فقد توسع المفهوم ليشمل العديد من الأمور المرتبطة بهذا المجال والتي سنذكرها في هذه التعاريف:

يعرف المجلس الإستشاري للبحوث والتطوير التطبيقي تكنولوجيا المعلومات information technologie على أنها: "الجوانب العلمية والفنية والهندسية والأساليب الإدارية المستخدمة في تناول ومعالجة المعلومات وتطبيقها والحواسيب وتفاعلها مع الإنسان، والآلات والقضايا الإجتماعية والإقتصادية والثقافية المرتبطة بها".³⁰

أما معجم تكنولوجيا المعلومات والإصال، فيرى أنه: "وبالمعنى العام للمصطلح فإن تكنولوجيا المعلومات تشمل كل عمليات جمع تخزين، معالجة وبث البيانات (صور، نصوص، صوت...)، وهي تتكون من عدة عناصر كالعتاد والبرامج وقواعد البيانات.

ومن خلال التعاريف نلاحظ أن تكنولوجيا المعلومات ركزت على جانبيين هما الفكري والمادي، فالجانب الفكري أو المعرفي يتمثل في علم المعلومات الذي يهتم بضبط السلوك وخواص المعلومات ويهتم بأنشطة تجهيز المعلومات وإنتاجها وبثها وتنظيمها وتخزينها وإسترجاعها وتفسيرها والإستفادة منها، والجانب المادي هو الذي يتمثل في التطبيق العملي للاكتشافات، الاختراعات والتجارب في مجال معالجة المعلومات، وعليه لا بد من تكامل الجانبين للحصول على تقنيات المتطورة التي تستخدم من قبل المستخدمين منها في كافة مجالات الحياة.

2- مزايا وأهمية تكنولوجيا المعلومات

²⁹ محمد الصيرفي، ادارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009، ص 13.
³⁰ عبد الناصر الحبوثيو فعالية نظم تكنولوجيا المعلومات من جهة نظر المستفيد في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تسعد دحلب، البليدة، 2011، ص 66.

تتميز تكنولوجيا المعلومات عن غيرها من التكنولوجيا التي سادت قبلها في القرن العشرين

بما يلي:³¹

- سرعة التطور، سهولة ممتنعة، سرعة التأثير والانتشار، مفيدة وخطيرة.

من هنا وانطلاقاً من هذه النقاط، تبرز الأهمية الكبيرة لتكنولوجيا المعلومات باعتبارها أحد أهم المكونات في المؤسسات في عصرنا الحالي، نظراً لما توفره من مزايا وتسهيلات ناتجة عن الخصائص التي تتميز بها هذه التكنولوجيا، حيث أنها تؤدي دوراً كبيراً في تحديث وتطوير المؤسسات والارتقاء بأدائها وتحسين ظروف العمل بها، وتسهيل مختلف التعاملات داخل المؤسسة، لذلك فهي على درجة كبيرة من الأهمية وتبرز هذه الأهمية من خلال أنها:

- تساعد على توفير قوة عمل فعلية داخل التنظيم.

- تساعد على زيادة قنوات الاتصال الإداري بين مختلف الإدارات.

- تساعد على تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية.

- تساعد على توفير الوقت خاصة للإدارة العليا والتفرغ لواجبات أكثر أهمية.

- تساعد على تقليص حجم التنظيمات الإدارية.

ثانياً: مفهوم تكنولوجيا الاتصال

تعتبر المعلومات إحدى ركائز مجتمعنا المعاصر، ولكن هذه المعلومات تصبح بلا فائدة أو قيمة إذا لم تصل إلى مريديها في الوقت المناسب وبالقدر المناسب، ولقد أحدثت ثورة الاتصالات تغييراً "في أنماط حياتنا العادية، ودخلت وسائل الاتصال الحديثة مختلف جوانب الحياة.

ولقد تم تعريف تكنولوجيا الاتصال من قبل الباحثين والدارسين على أنها:

تكنولوجيا الاتصال تمكننا من نقل المعلومات من أي مكان في العالم إلى أي مكان آخر بفعالية وبسرعة عالية.³²

ويرى البعض أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة اعتمدت على مجموعة من التقنيات المعلوماتية والاتصالية أهمها ما يلي:³³

³¹ محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 73-74.

³² ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دون طبعة، دار صفا، عمان، 2005، ص 109.

- الأقمار الصناعية وخاصة أقمار الاتصالات بنمطها، وهما نمط أقمار التوزيع، ونمط أقمار البث المباشر.

- شبكات الكابل.

- أقمار الإتصال المرتبطة بشبكات الكابل.

- التلفزيون فائق الجوق.

- نظم البث الإذاعي فائقة القدرة.

- تقنيات المعلومات المتطورة، وتشمل جميع الأجهزة والنظم والبرمجيات المتعلقة بتداول المعلومات ألياً، كذلك بثها عبر مسافات بعيدة أو استنتاجها وعرضها المناسب مرئية أو مصورة أو مسموعة.

ثالثاً: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال (Information and communication technology)

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرتبطة بتطور المجتمعات في عصرنا الحاضر، وهي بمثابة القلب النابض لمختلف المؤسسات، كما أنها الأداة التي من شأنها تسريع التنمية وإعادة هيكلتها عبر تأمين منافذ أكثر تناسقا للمعلومات، ومن خلال البحث نجد أن تكنولوجيا المعلومات لا يمكن فصلها بشكل نهائي عن تكنولوجيا الإتصال، فهما وجهات لعملة واحدة، وعليه تكنولوجيا المعلومات والاتصال تعبر عن مجموعة من المكونات المادية، البرمجيات، الإتصالات، متفاعلة معا وقد عرفها البعض على أنها:

"مجموع التقنيات والأدوات أو الوسائل او النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الإتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات (الإلكترونية) ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم إسترجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الإتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى اخر ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو آلية أو

³³ بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الإتصال الداخلي في المؤسسات الإستشفائية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012-2013، ص 23.

الإلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الإتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور".³⁴

"حسب منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية (Organization For Economic Cooperation and Development)، تشمل مجموعة التكنولوجيا التي تسمح بجمع، تخزين، معالجة، نقل المعلومات في شكل أصوات، بيانات وصور، فهي تشمل الإلكترونيك الدقيق، علم البعديات الإلكترونية، والتكنولوجيات الملحقة".³⁵

من خلال ما جاء من التعاريف يمكن أن نحاول الجمع بينهما ونعرف تكنولوجيا المعلومات والإتصال من خلال وصفها بأنها: "مجملة الأدوات المادية والمعرفية المستخدمة في الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة والصورة الساكنة والمتحركة وبين الإتصالات السلكية واللاسلكية، أرضية كانت أو فضائية، ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتجاهاتها بالشكل المرغوب، وفي الوقت المناسب وبالسرعة اللازمة.

كما يمكن أن يحقق استخدام التكنولوجيا المعلومات والإتصال مزايا عديدة لمختلف القطاعات الحكومية منها والخاصة في مجال رفع مستوى الأداء والإستخدام الأمثل للطاقات داخل المؤسسة، وعلى هذا الأساس من أهدافها:

- خفض تكاليف تعقيد الإنتاج وإزالة الميزة التنافسية الناجمة عن إقتصاديات الحجم.
- جعل الإتصال أسرع وأكثر كفاءة وأداء وأقل تكلفة، وتوفير المعلومات الدقيقة والحديثة لدعم اتخاذ القرار.
- توفير عمليات منظمة وإجراءات مبسطة لإدارة الموارد، وبالتالي فعالية أكبر وأفضل.
- تعزيز الشفافية، مما يؤدي إلى تقليل الأخطاء والتزوير.
- تقديم خدمات أفضل الموظفين والمراجعين، مما ينعكس إيجابيا على التنظيم.
- القضاء على هدر الوقت والجهد والموارد، وزيادة كفاءة إستغلال المخزون.

³⁴ محي محمد مسعي، ظاهرة العولمة (الأروام والحقائق)، بدون طبعة، مطبعة الشعاع، القاهرة، 1999، ص 26.

³⁵ بشير كاوجة، مرجع سبق ذكره، ص 24-25.

المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا شبكات المعلومات والاتصال

قبل الحديث عن أنواع الاتصالات والأهمية التي تكتسبها لا بد لنا أن نفهم المصطلح الأساسي لشبكة الاتصالات.

أولاً: مفهوم الشبكات ومكوناتها

الشبكة هي عبارة عن مجموعة من التحفيزات المترابطة فيما بينها عن طريق قنوات اتصال، بحيث تسمح بمرور عناصر معينة فيما بينها حسب قواعد محددة، وتتكون الشبكة من قسمين رئيسيين "ناقل ومنقول"، فالقسم الناقل شيء حتمي وهو يشتمل على التجهيزات وقنوات الاتصال، أما القسم المنقول، أي الشيء الذي يقع عليه فعل النقل، والذي من أجله أقيمت الشبكة وجوده ضروري لعمل الشبكة لكنه غير حتمي لإقامة وتنصيب الشبكة.³⁶

ويمكن تعريف الشبكة على أنها: "لا تقتصر الشبكة على المعدات أو الأجهزة المستخدمة فقط، وإنما تحتاج إلى أنظمة برمجية لإدارة هذه المعدات عند إجراء الاتصال.³⁷

ثانياً: أنواع الشبكات (Topographie)

يمكن تصنيف أنواع الشبكات الحاسبات الآلية وفقاً للمعيار الرئيسي، وهو مدى اتساع النطاق الجغرافي الذي تغطيه وتخدمه هذه الشبكات وعليه يمكن تمييز ثلاثة أنواع نذكرها على النحو التالي:

1- شبكات النطاق المحدودة (Limited range network) المحلية:

وتتمثل في تلك الشبكات التي تغطي مساحات محلية صغيرة، كالتى تربط بين الحاسبات الآلية داخل مبنى المنظمة، حيث تتكون من مجموعة من الحاسبات المرتبطة فيما بينها ينتمون إلى مؤسسة جغرافية صغيرة، وهي أبسط أشكال الشبكات وعادة تكون سريعة الإرسال وتبادل البيانات في هذا النوع من الشبكات محصور بين 10 Mbps و 100 Mbps.³⁸

³⁶ بشير كاوجة، مرجع سبق ذكره، ص 28.

³⁷ مراد شلباية، وائل أبو مقل، مقدمة إلى الشبكات، الطبعة الثانية، دار الميسرة لنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 13.

³⁸ عمان عبد الوهاب الصباغ، نظم المعلومات، دون طبعة، دار الثقافة، عمان، 2004، ص 93.

2- شبكات النطاق المتسع (Wide band networks):

ظهر هذا النوع من الشبكات في التسبعينات من القرن الماضي، وتتمثل في تلك الشبكات التي تغطي منطقة جغرافية واسعة وتكون تحت إدارة واحدة، وبالتالي فإن هذه النوعية من الشبكات تعتمد على القنوات الإتصال اللاسلكية أو غير المحدودة كالأقمار الصناعية، والموجات القصيرة، وقد تبين لنا إمكانية ربط شبكات النطاق المتسع (Wide band networks) بشبكات النطاق المحدودة (Limited range network).³⁹

3- شبكات النطاق المتوسط (Medium range networks) المدينة:

يمتد مجال هذه الشبكات إلى مساحة أكبر من مساحة الشبكة المحلية، حيث تعمل الشبكة المدينة بنفس مبادئ عمل الشبكات الواسعة، إلا أنها تكون مفيدة بمنطقة جغرافية أقل مساحة، فهي تغطي عاصمة أو مدينة، أو إقليم معين، ومن الأمثلة على ذلك التغطية التلفزيونية لمنطقة محددة بالربط السلكي⁴⁰، حيث يربط هذا النوع من الشبكات مجموعة مباني المؤسسة، والتي قد تتواجد في نطاق أو منطقة جغرافية محددة تمثل إلى حوالي ثمانين كيلومتر، حيث تكون هذه الشبكة محصورة بين الشبكة المحلية (Limited range network) والشبكة العريضة (Medium range networks)، وعادة تربط بين مجموعة شبكات ذات نطاق محدودة مع بعضها البعض لتكون هذه الشبكة، وترتبط محطات الحاسب مع الحاسبات الكبيرة التي تتحكم في هذا النوع من الشبكات، وعادة تستخدم هذه الشبكة نظم الميكرووف و كابلات الألياف الضوئية لربط محاور هذا النوع من الشبكات.

ثالثاً: تكنولوجيا شبكات المعلومات والاتصال

تتمثل هذه الشبكات في الأنترنت، الأترانتي والاكسترانت التي سيتم التطرق إليها شيء من التفصيل على النحو التالي:

أ- شبكات الأنترنت (الشبكة الدولية للمعلومات)

1- تعريف الأنترنت

وبناء على ما تقدم يمكن تعريف شبكة الأنترنت بأنها شبكة من الشبكات المتداخلة التي تضم عدد كبير من الحواسيب التي يمكن أن تتصل بعضها البعض الآخر في كفاءة أنحاء العالم بوسائل اتصال موجهة أو غير موجهة أو كليهما وباستخدام بروتوكول الأنترنت (Internet protocol).

³⁹ طارق طه، نظم دعم القرارات في بيئة العولمة والأنترنت، طبعة الأولى، دار الحرمين للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006، ص 49.

⁴⁰ فايز جمعة صالح النجار، نظام المعلومات، دون طبعة، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 44.

وعرفت أيضا بأنها عبارة عن مجموعة من أجهزة الحاسبات المتصلة معا وهي ليست شبكة واحدة قائمة بذاتها وإنما هي شبكة من الشبكات التي تتبادل المعلومات فيما بينها دون قيد أو رقيب.⁴¹ ويمكن تعريفها على أنها: "شبكة دولية واسعة النطاق غير خاضعة لأي تحكم مركزي, تضم بداخلها مجموعة شبكات حاسبات آلية خاصة وعامة منتشرة في جميع أنحاء العالم".⁴²

2- فوائد الأنترنت:

حيث يمكن إجمال فوائد الأنترنت بما يلي:⁴³

- البريد الإلكتروني.
 - الربط والإتصال عن بعد.
 - نقل الملفات من مكان إلى آخر.
 - خدمات سريعة لتبادل الوثائق.
 - إنخفاض في تكاليف الإتصال عن بعد.
 - تفاعل بين مئات من المكتبات ومرافق المعلومات المختلفة وبواسطة الأنترنت.
 - النشر الإلكتروني للصحف والمجلات.
 - التعامل التجاري والعقود بين الشركات وعقد الصفقات بواسطة حواسيب مرتبطة بنظام خاص.
 - الإعلان عن الخدمات أو المبيعات للبضائع والسلع.
 - الحصول على معلومات معينة, مهنية وإدارية.
 - الحصول على دليل المعارض والمناطق العالمية والسياحية للتعرف عليها.
- وتتميز شبكة الأنترنت بثلاث خصائص رئيسية وهي:⁴⁴

⁴¹ يوسف حجيم سلطان الطائي, التسويق الإلكتروني, الطبعة الأولى, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, عمان, 2009, ص 56.

⁴² طارق طه, مرجع سبق ذكره, ص 462.

⁴³ يوسف أحمد عيادات, الحاسوب التعليمي وتطبيقاته التربوية, الطبعة الثانية, دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, 2014, ص 206-207.

⁴⁴ بشير كاوجه, مرجع سبق ذكره, ص 39.

* شبكة الشبكات (Network of Network) بمعنى أن الأنترنت هي الشبكة واسعة النطاق تضم بداخلها مجموعة الشبكات الحاسبات الآلية سواء عامة أو خاصة.

* مستخدموا الشبكة المجهولة (Anonymous Users) نظرا لأنها شبكة دولية يتعامل معها مستخدمون من مختلف دول العالم, وبالتالي فهم مجهولون لبعضهم البعض.

* ذات قدرات غير محدودة ويقصد بذلك أن أداء الشبكة لا ينخفض بزيادة عدد المستخدمين, فهذا العدد لا يمكن التحكم فيه.

ب- شبكة الأنترنت والإسكترانت

1- شبكة الأنترنت (Intranet)

الأنترنت عبارة عن شبكة معلومات محوسبة, داخل المؤسسة الواحدة, تكون مستندة في عملها ومعالجتها على تكنولوجيا شبكة الإنترنت والشبكة العنكبوتية ومعاييرها المختلفة, فهي إذن شبكة داخلية في منظمة, تستطيع أن تؤمن وصولا وحصولا على البيانات من خلال المنشأة.⁴⁵

ومن أهم المزايا الأساسية التي تتمتع بها شبكة الإتصال الداخلية الأنترنت هي:

- الحصول على المعلومات في الوقت الحقيقي أو فور حدوث الحدث المتعلق بها.

- رفع كفاءة عملية الإتصال واتخاذ القرار.

- المساهمة في زيادة تلقائية العمليات الأمر الذي يساهم في تسريع عملية التشغيل.⁴⁶

للأنترنت فوائد متعددة للمؤسسات عموما, يمكن أن نلخصها بالآتي:⁴⁷

- تقليص التكاليف.

- تسمح خدمة الأنترنت بتحميل الملفات, أي تنزيل الملفات والتطبيقات بسهولة إلى حاسوب المستخدم أو أية وسيلة ير أنها مناسبة.

- توفير الوقت والجهد.

⁴⁵ عامر إبراهيم قنديلجي, ايمان فاضل السامرائي, شبكات المعلومات والإتصالات, الطبعة الاولى, دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, 2009, ص 61.

⁴⁶ بشير كاوجة, مرجع سبق ذكره, ص 497.

⁴⁷ عامر إبراهيم قنديلجي, ايمان فاضل السامرائي, مرجع سبق ذكره, ص 62-63.

- يوفر الأنترنت تنظيم تبادل المعلومات والخدمات الإدارية عن طريق نماذج معيارية متفق عليها.
- الإستقلالية والمرونة.

- تسخير جميع خدمات الانترنت وتقنيات الويب لمستخدميها.

2- شبكة الاكسترا نت (Extranet)

وهي شبكة عمل لقواعد الأنترنت تشرط اتصال المتصفح ليس ضمن المنظمة فقط ولكن مع أطراف ثالثة مثل (البائعين, الزبائن, المشتركين) وهي نظام ثانوي من أجهزة الحاسوب توفر اتصالات عن طريق الأنترنت.

وتستخدم شبكة الاكسترا نت تقنيات الأنترنت في ربط المسؤولين داخل المؤسسة (المدير الإقليمي, مدير التسويق) بأطراف خارج المؤسسة (بعض كبار العمال, مسؤولي المؤسسات الأخرى...) ونظرا لأن الاكسترا نت شبكة خاصة, فهي تتطلب إدخال كلمة سر حتى نتمكن من الدخول إليها والتعامل معها, وذلك بغية حماية بياناتها.⁴⁸

للإكسترا نت مزايا عديدة فيما يلي:⁴⁹

- أداة قادرة على زيادة فاعلية العمليات التشغيلية والصفقات.
- عامل مهم في تخفيض التكاليف من خلال تدفق المعلومات والسرعة في نقلها والمقدرة على توفير المرونة والعمق في عملية التزويد.
- تتميز هذه الشبكة بأنها توفر الأمن المطلوب داخل الشبكة لتبادل المعلومات الخاصة بين الشركات مع بعضها, ووضع الصلاحيات في تبادل هذه المعلومات بينهم.

المبحث الثالث: مميزات وأثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال

سنتحدث في هذا المبحث أهم مميزات وأثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال.

⁴⁸ طارق طه, مرجع سبق ذكره, ص 492.

⁴⁹ بشير كاوجه, مرجع سبق ذكره, ص 42.

المطلب الأول: مميزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تميزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوقت الحاضر بعدد من السمات والخصائص عن غيرها من التكنولوجيات من أبرزها:⁵⁰

1- الفاعلية: وهي إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي هناك أدوار مشتركة بينها في العملية الاتصالية ما يسمح بخلق نوع من التفاعل.

2- اللاتزامنية: تعني إمكانية تراسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية من دون شرط تواجدها في وقت إرسالها، بمعنى استقبالها في الجهاز وتفحصها واستعمالها في وقت الحاجة.

3- قابلية التحرك والحركة: بمعنى إمكانية بث معلومات واستقبالها من أي مكان آخر أثناء حركة المرسل والمستقبل.

4- قابلية التحول: إمكانية نقل المعلومات من وسيط لأخر بإستعمال تقنيات كجمع بالتحويل، مثل تحويل رسالة مسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.

5- قابلية التوصل: إمكانية إستعمال أجهزة مصنعة من طرف شركات مختلفة والتوصيل فيما بينها بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه التصنيع.

6- الشبوع والانتشار: قابلية التوسع أكثر لوسائل الاتصال حول العالم وفي الطبقات المختلفة للمجتمع.

7- العالمية والكونية: إمكانية تناقل المعلومات بين المستخدمين من مختلف دول العالم ودون عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية.

المطلب الثاني: آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد أحدثت تطورات هائلة على مستوى المؤسسات، كما استطاعت هذه التطبيقات أن تغزو جميع المؤسسات العامة والخاصة على مختلف أنواعها، فلا نكاد نجد أيا منها يخلو بشكل أو بآخر من هذه التطبيقات، وسندسلط الضوء على آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال أثرها على الجوانب المختلفة الإقتصادية والإجتماعية.

⁵⁰ بشير كاوجه، مرجع سبق ذكره، ص 26.

أولاً: الآثار الاقتصادية

تحت تأثير عصر المعلومات وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تغيرت عدة مفاهيم فقد أصبح رأس المال الفكري أهم نسبياً من رأس المال المادي، وأصبحت المعلومات قوة وثورة تضفي على العمل قيمة مضافة، لأن الإقتصاد المعاش هو إقتصاد المعلومات، كما تميزت هذه الثورة بتنقلها السريع عكس منتجات إقتصاد الزراعة والصناعة.

ولعل الآثار الاقتصادية الناتجة عن استخدام التكنولوجيا المعلومات تتمثل في استخدام الحاسب الإلكتروني كأحد العناصر الأساسية المكونة لهذه التكنولوجيا، وما ذلك لما تتميز به هذه الآلات من انخفاض في مستويات أسعارها، والسهولة في التشغيل والصيانة، وضمان تدفق المعلومات بشكل أفضل، بالإضافة إلى قابليتها للتوسع وتطابق أنظمة الحاسبات المختلفة، وأهميتها في تعميم مفهوم المركزية واللامركزية في الهيكل التنظيمي في المؤسسة، بالإضافة إلى قدرتها على تخزين الكم المعلوماتي الهائل، وإسهاماتها في سرعة ودقة إنجاز المهام والواجبات المطلوبة.⁵¹

ثانياً: الآثار الاجتماعية

إن التكنولوجيا المعلومات والاتصال لا تمنحنا فقط أساليب مختلفة للعمل والتفكير والترفيه، بل إنها تقدم لنا أيضاً بعض الخيارات الأخلاقية المختلفة، والتحولت الثقافية التي تنعكس وتساعد في توجيه السلوك والتصرفات، مما يخلق أثراً على البنيان المجتمعي، والبناء القيمي يترتب على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهذا يخلق آثاراً إيجابية وسلبية على المجتمع منها:⁵²

- الآثار المستقبلية على العملية التربوية والتعليمية وتطوير البحث العلمي والتقني وما يترتب على ذلك من خلق فلسفة جديدة في الإنفتاح والتعاون الدولي في مجال المعلومات.

- القياسات الحيوية والعمل على مكافحة الجريمة.

- كيفية تسخير هذه التكنولوجيا في حل المشكلات وتحقيق المعانات التي يتعرض لها الأفراد.

أما في الجانب المظلم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال نجد أن لها تأثيرات سلبية عديدة على الفرد والمجتمع، فنذكر منها: الآثار الصحية (مثل: المخاطر الصحية للشاشات العرض الإصابتة بالتعب المتكرر، مخاطر الإشعاع، والمجالات الكهرومغناطيسية إدمان، الأنترنت والهاتف المحمول،

⁵¹ مراد رايس، أثر التكنولوجيا للمعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير غير منشورة، فرع إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 48.

⁵² مراد رايس، مرجع سبق ذكره، ص 41.

تعب العين والصداع)، وكذا جملة من المخاطر البيئية نذكر منها: إستهلاك الطاقة، وما تخلفه على الجانب البيئي، مشكلات وحدات التصنيع والمواد المضرّة بالبيئة... الخ.

خلاصة

لقد تم استخلاص من خلال هذا الفصل أن تكنولوجيا المعلومات جاءت نتيجة تطورات عديدة خلال الثلاثين سنة الماضية بدءاً من ظهور الحاسوب ووصولاً إلى تكنولوجيا الإتصالات والشبكات بمختلف أشكالها، التي تربط بين العديد من الأطراف المتباعدة عبر الدول والقارات، وبهذا أصبح العالم قرية صغيرة، وأصبح تبادل المعلومات بين الأفراد والمنظمات بسرعة فائقة.

ولهذا أصبحت تكنولوجيا المعلومات والإتصال وسيلة هامة لتخفيض التكاليف وزيادة السرعة في المعالجة وتحسين أداء المنظمات والتجارة الإلكترونية وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثاني.

الفصل الثاني

أثر تكنولوجيا المعلومات والمعلومات على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد:

إن من أهم عوامل نجاح المؤسسات المعاصرة هو اهتمامها بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، فبقاء المؤسسات واستمرارها في المنافسة العالمية الكبيرة والشديدة مرهون بهذين العنصرين.

وسنحاول من خلال هذا الفصل تسليط الضوء على المبادلات التجارية الإلكترونية التي ظهرت بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومن ضمنها الأنترنت.

والتعرض لبعض الجوانب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية كالمفهوم والأشكال والفوائد مع محاولة الإلمام ببعض الجوانب الأخرى المهمة.

وعلى هذا الأساس قسمنا الفصل إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: الأداء الإقتصادي للمؤسسة.

المبحث الثاني: توجه المؤسسات الصغيرة ومتوسطة نحو الأعمال الإلكترونية.

المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مختلف مستويات الأداء.

المبحث الأول: الأداء الإقتصادي للمؤسسة

يعتبر الأداء من المفاهيم التي نالت النصيب الأوفر من الإهتمام والتمحيص والتحليل في البحوث والدراسات الإدارية بشكل عام، وذلك نظراً لأهمية الموضوع على مستوى الفرد والمنظمة من جهة وتداخله مع العلوم والإتجاهات الفكرية المختلفة من جهة أخرى.

المطلب الأول: مفهوم الأداء

فالأداء يعتبر نشاط تختلف عليه الآراء وذلك على تركيز عليه من عدة جهات وأيضاً لأهميته القصوى في حياة المنظمة وذلك من خلال تحديد مختلف مفاهيمه يشير الأداء إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشجع بها الفرد متطلبات الوظيفة فالأداء يقاس على النتائج التي حققها الفرد.¹

ويعرفه الباحثين "بأن المخرجات والنتائج، والإنجازات التي يتم تحقيقها بواسطة فرد أو جماعة أو منظمة".²

كما تعريف الأداء وفق معايير الكفاءة والفعالية (الجودة، الوقت والتكلفة وهناك من يضيف المرونة وسرعة رد الفعل، الإبداع... الخ) وقد تبين أن هذه المعايير لا يمكن تحقيقها معاً، لأن من المحتمل أن يؤدي إلى تعظيم الجانب الإقتصادي إلى التقليل من الفعالية ولتحقيق الكفاءة الأعلى، وكذلك من المحتمل أن يكون هنالك إنفاق أكبر.³

من وجهة نظر أخرى يعرف الأداء أنه "نتائج المخرجات التي يتم الحصول عليها عن العمليات والمنتجات"، فهو يعبر عن المخرجات أو الأهداف التي يسعى النظام لتحقيقها.⁴

ويعرف أيضاً "الهدف المركزي لعملية التحول والذي يوضح مدى تحقيق الأهداف، ومستوى تنفيذ الخطط".⁵

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن الأداء ما هو إلا عبارة عن جهد يعبر قدرة المنظمة التي تستخدمها لتحقيق أهدافها باستخدام أقل كمية من مواردها المتاحة، مع مراعاتها لظروف البيئة المحيطة بها.

¹ زاوية حسن، إدارة الموارد البشرية، رؤية مستقبلية، دار الجامعة، طبعة ثانية، نشر وتوزيع الإسكندرية، 2001، ص 209.

² سلوى عمر عبد الرحمان، الإدارة بالأداء كمدخل لتقييم العاملين، طبعة أولى، الدار الجزائرية والمنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2015، ص 31.

³ فلاح حسن الحسني، مؤيد عبد الرحمان، إدارة البنوك كمدخل كمي وإستراتيجي معاصر، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، عمان، 2006، ص 22.

⁴ علاء فرحات طالب، الحوكمة المؤسسية والأداء المالي الإستراتيجي، دار صفاء، عمان، 2011، ص 64.

⁵ طاهر محسن منصور الغالي، وائل محمد صبحي إدريس، أساسيات الأداء بطاقة التقييم المتوازن، طبعة أولى، دار وائل لتشر، الأردن،

2009، ص 40.

للأداء مكونات نذكر منها ما يلي:¹

الفعالية: قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها بحيث يتم الإهتمام برعاية مصالح كافة الأفراد ذو العلاقة بالمؤسسة أو هي: "قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها التشغيلية".

الكفاءة: ويمكن تعريفها على أنها القدرة على الحصول على أكبر قدر من المخرجات من خلال المدخلات المتاحة.

الكفاءة = النواتج (كمية أو قيمة) / مدخلات (كمية أو قيمة)

المطلب الثاني: محددات الأداء

من خلال ما سبق عرفنا الأداء هو القيام بالأنشطة والمهام المختلفة التي تتكون منها الوظيفة وهو ينتج من تضافر عدة عناصر من شأنها أن تؤثر على الأداء سلبا أو إيجابا، ويطلق على هذه العناصر محددات الأداء وتتمثل في:²

الجهد: وهو الجهد الناتج من حصول الفرد على التدعيم (الحافز) إلى الطاقات الجسدية والعقلية التي يبذلها الفرد لأداء مهمته.

القدرات: تعني الخصائص الشخصية لأداء الوظيفة.

إدراك الدور أو المهمة: تعني الإتجاه الذي يعتقد الفرد بأهميته في أداء مهامه بتعريف إدراك الدور.

الوظيفة متطلبيات العمل: وما يتعلق بها من واجبات ومسؤوليات وأدوات، وتوقعات مطلوبة من الموظف، إضافة إلى الطرق والأساليب والأدوات، والمعدات المستخدمة.

الموقف بيئة التنظيم الداخلية: أو ما تتصف به البيئة التنظيمية، نظام الإتصال، السلطة، أسلوب القيادة، نظام الحوافز.

إضافة إلى العناصر السابقة فقد تؤثر البيئة الخارجية للتنظيم الذي يعمل فيه والمثلة في المنافسة: المنافسة الخارجية والتحديات الإقتصادية.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الأداء

هناك العديد من العوامل المؤثرة على الأداء من بينها:¹

¹ سعد صادق بحيري، إدارة توازن الأداء، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 201.
² محمد سعيد أنور سلطان، إدارة الموارد البشرية، دار الجامعية الجديدة للنشر، مصر، 2003، ص 292.

1- الإختلاف الموجود والملاحظ في حجم العمل قد يؤثر على الأداء، فالمنظمة التي تعالج حجما كبيرا من العمل قد تحتاج إليه أخرى لديها حجم أقل من نفس العمل.

2- وجود أو عدم وجود الأعمال المتأخرة قد يؤثر في معدل الإنتاج إذ أن القدر الضئيل من الأعمال غير المنجزة يعتبر بصفة عامة أمرا عاديا بل ومتطلبا لتأمين تدفق العمل المستمر للعاملين في المنظمة، ويختلف الحجم المرغوب من المتأخرات إذا يتوقف عليه ثبات اسباب العمل وكمية ودرجة التقلبات فيه، ويسبب التقص في العمل المتاح وقت الإنتظار لدى العاملين انخفاضاً في معدل الإنتاج، وعلى النقيض فإن كثرة العمل المتأخر عن المعتاد يمكن أن تسبب تعجلاً ومعدلاً أعلى للإنتاج، مثل هذا المعدل المتعجل قد لا يمكن تحقيقه دائماً، ويتولد عنه انخفاض في نوعية المنتج النهائي.

3- الأداء في العمليات المتماثلة قد يتباين بحسب الموقع الجغرافي للوحدات من جراء الظروف المحلية، فقد تتباين معدلات الإنتاج بسبب الظروف المحلية حتى ولو أدى نفس النشاط في مواطن مختلفة بنفس درجة الكفاءة من ذلك² ويرى بعض الباحثين أن هناك عوامل داخلية وأخرى خارجية تؤثر على الأداء نوضحها في ما يلي:³

العوامل الداخلية: هي تلك العوامل التي تؤثر على أداء المؤسسة والتي يمكن للمؤسسة التحكم فيها والسيطرة عليها بالشكل الذي يساعد على تعظيم العائد وتقليل التكاليف ومن أهم هذه العوامل نجد:

- الرقابة على التكاليف.

- الرقابة على كفاءة استخدام الموارد المالية المتاحة.

- الرقابة على تكلفة الحصول على الأموال.

العوامل الخارجية: وهي مجموعة من التغييرات الخارجية التي تواجه المؤسسة وتؤثر على أدائها المالي حيث لا يمكن لإدارة المؤسسة السيطرة عليها وإنما يمكنها فقط توقع النتائج المستقبلية لهذه التغييرات ومحاولة إعطاء خطط لمواجهةها والتقليل من تأثيراتها وتشمل هذه العوامل:

- التغييرات العلمية والتكنولوجية المؤثرة على نوعية الخدمات.

¹ لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على تحسين الأداء الإقتصادي المؤسسي، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 143.

² لمين علوطي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

³ فلاح حسن الحسني، مرجع سبق ذكره، ص 31.

- القوانين والتعليمات التي تطبق على المؤسسات من طرف الدولة.

- السياسات المالية والإقتصادية للدولة.

المبحث الثاني: توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو الأعمال الإلكترونية

مع انتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال فخصوصا الشبكة الدولية للمعلومات وتوجه الإقتصاد العالمي نحو التصادي الرقمي، أصبحت المؤسسات صغيرة ومتوسطة مجبرة على مواكبة التطورات الجديدة واستغلال الفرص التي تتيحها هذه التكنولوجيات والتوجه إلى الأشكال المختلفة من الأعمال الإلكترونية وهذا الرفع من درجة تنافسيتها في ظل المنافسة.

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في المؤسسة صغيرة ومتوسطة

مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات والشركات بمختلف أحجامها وفي شتى مجالات الحياة، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية وأصبح واحدا من التعبيرات الحديثة والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية، وفي هذا المطلب سنتناول مفهوم التجارة الإلكترونية وأشكالها وفوائدها.

- أولا: مفهوم التجارة الإلكترونية

تمثل التجارة الإلكترونية شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على التعامل الأطراف، بحيث يكون التبادل إلكترونيا بدلا منه ماديا أو ماديا مباشر.¹

عرفت أيضا أنها: أداء الأعمال من خلال شبكة الأنترنت، أو البيع والشراء السلع والخدمات من خلال صفحات الويب.²

وعرفت أيضا: "على أنها عملية بيع وشراء ونقل وتبادل المنتجات (السلع والخدمات والمعلومات) وغيرها من أنواع التعاملات التجارية (إبرام مختلف أنواع العقود والصفقات التجارية الإلكترونية) والتي تتم إلكترونيا عبر شبكة المعلومات الدولية (باستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات).

سواء بين المنظمات بعضها مع البعض، أو بين المنظمات وبين زبائنهم، أو بين المنظمات والجهات الحكومية.¹

¹ سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق "الأعمال الإلكترونية"، بدون طبعة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 209.
² فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، دون طبعة، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص 89.

وبالتالي يمكن القول من التعريفات السابقة أن التجارة الإلكترونية هي وسيلة حديثة لعمليات البيع والشراء يتم فيها استخدام الحاسبات الآلية وشبكة الأنترنت لإتمام عملية التبادل التجاري.

ثانياً: فوائد التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية منافع مهمة ومميزة يمكن اختصارها بما يلي:²

- 1- فتح أسواق جديدة للمنظمة من خلال استخدام نظم التجارة الإلكترونية إلى جانب وسائل وأساليب التجارة التقليدية.
- 2- تعزيز وتوسع قاعدة زبائن المنظمة من خلال إضافة جميع زبائن الأنترنت بما في ذلك الزائرين المهتمين بموقع المنظمة وما يقدمه من منتجات وخدمات.
- 3- تخفيض التكاليف التشغيلية بنسب تتراوح ما بين 15%- 55% كما تشير إلى ذلك معظم الدراسات التطبيقية في مجال التجارة الإلكترونية.
- 4- تحسين فعالية نظم إدارة سلاسل لتوريد بفضل استخدام تقنيات التجارة الإلكترونية والإستغناء عن بعض قنوات التوريد التقليدية بالإضافة إلى سرعة تبادل المعلومات بين الأطراف المستفيدة وشركاء الأعمال.
- 5- تحسين فعالية أداء نظم إدارة علاقات الزبائن وتسويق المنظمة إلى أوسع قاعدة ممكنة من الزبائن والمستفيدين وذلك بسبب ما تنتجه تكنولوجيا المعلومات والإتصالات والشبكات من مرونة وتلقائية وإستجابة فورية وتفاعلية لطلبات الزبائن عبر شبكة الأنترنت.
- 6- توفير وسائل الإتصال فريدة وفي الوقت الحقيقي مع الزبائن، الناقلين الموزعين وشركاء الأعمال مما يساعد في تكوين سلسلة متكاملة من القيمة والقيمة المضافة لأنشطة التجارة الإلكترونية والأعمال التقليدية أيضاً.

المطلب الثاني: الأعمال الإلكترونية

¹ محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص19.

² يوسف حجيم سلطان الطائي، مرجع سبق ذكره، ص ص 189، 190.

إن الأعمال الإلكترونية تمثل مجموعة من العمليات والنظم والوسائل والتقنيات الرقمية التي تسمح للمنظمات بأن تحدد وتدير علاقاتها في البيئة الداخلية والخارجية المحيطة بما يضمن لها أفضل تكييف وتجاوب مع أي تغيير من المحتمل أن يحدث في بيئة الأعمال، وكذلك تسمح في زيادة قدراتها على تحليل الفرص والتهديدات المحتملة وكيفية مواجهتها بالشكل الذي يقلل من تأثيرها على تنفيذ الأعمال.

أولاً: مفهوم الأعمال الإلكترونية

تعرف الأعمال الإلكترونية "E Business" على أنها تطبيق لتقنيات الإتصال والمعلومات
1. Information and communication technologies

وعرفت أيضاً أنها الإطار الشامل الذي يصف طريقة القيام بالأعمال باستخدام الصلات الإلكترونية القائمة على الأنترنت مع الأطراف الأخرى من عاملين، مدرين، زبائن و موردون بالإضافة إلى الشراء بكفاءة وفعالية من أجل تحقيق أهدافها.²

من خلال التعريفين السابقين نستنتج إن الأعمال الإلكترونية تستند إلى إستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والإتصال لمساندة جميع أنشطة الأعمال، لذلك فإن الأعمال الإلكترونية تشير إلى أبعد من التجارة الإلكترونية وتتعدى ذلك إلى جميع الأعمال والأنشطة التي يمكن أن تقوم بها منظمات الأعمال الخاصة والحكومية وذلك من خلال إدارة أعمالها إلكترونياً.

ثانياً: أشكال الأعمال الإلكترونية

إن الأعمال الإلكترونية والإدارة العامة الإلكترونية يمكن أن تأخذ عدة أشكال من بينها:³

- 1- الأعمال إلى الأعمال Business to business ونرمز لها بـ B₂B.
- 2- الأعمال إلى الزبائن Business to consumer ونرمز لها بـ B₂C.
- 3- الأعمال إلى العاملين Business to employer ونرمز لها بـ B₂E.
- 4- الأعمال إلى الحكومة Business to government ونرمز لها بـ B₂G.
- 5- الحكومة إلى الحكومة Government to government ونرمز لها بـ G₂G.

¹ محمد جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 43.

² نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية والوظائف، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، 2004، ص 47.

³ محمد جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 50.

6- الحكومة إلى المواطنين Government to citizen ونرمز لها بـ G₂C.

7- الحكومة إلى الأعمال Government to business ونرمز لها بـ G₂B.

8- زيون إلى زيون Consumer to consumer ونرمز لها بـ C₂C.

9- زيون إلى الأعمال Consumer to business ونرمز لها بـ C₂B.

ثالثاً: تصنيف الأعمال الإلكترونية

أشرنا فيما سبق إلى أشكال الأعمال ضمن الإدارة الإلكترونية والذي أشار إلى وجود تسعة أشكال من التعاملات الإلكترونية، وفي هذه الفقرة سيتم التركيز على تصنيف الأعمال الإلكترونية شئ من التفصيل وبشكل عام.¹

1- منظمات الأعمال إلى المستهلكين Business to consumers

الأعمال الموجهة إلى المستهلكين أو الزبائن وهي عبارة عن تجارة التجزئة للمنتجات (سلع وخدمات) مباشرة إلى المستهلكين الأفراد وضمن هذا النوع من التعاملات ينبغي على منظمات الأعمال أن تطور مواقع أسواق جذابة Marketplaces لغرض جذب الزبائن وبيعهم ما تعرض من سلع وخدمات، لذلك فإن هذه المنظمات أو الشركات لا بد لها أن تعرض مواقع للتسوق أو للتجارة الإلكترونية، وكذلك تزود واجهات متاجر افتراضية وكتالوجية ومعالجة الطلبات، ووضع نظم الدفع التسديد الإلكتروني وكذلك دعم الزبائن من الخط المباشر.

2- منظمات الأعمال أي منظمات الأعمال Business to business

يشار إليها اختصاراً بـ B₂B وهي عبارة عن التعاملات والمبيعات والمشتريات التي تحدث ما بين منظمة أعمال ومنظمة أعمال أخرى (كمنظمة صناعية مع منظمة أخرى أو تجارية).

وفقاً لهذا النوع من الأعمال الإلكترونية فإن المنظمات تستخدم مواقع أسواق إلكترونية (Electric business marketploc) أو روابط أسواق أعمال (Direct market links between business) وإن المنظمات التي تمارس هذه الأعمال الإلكترونية لا بد منها من أن تعرض مواقع ويب التجارة الإلكترونية الأعمال الإلكترونية من خلال الأنترنت، الأنترنت والإكسترنال زبائن الأعمال

¹ محمد جاسم الصميدعي، مرجع سبق ذكره، ص 55، 56.

والمجهزين وكذلك فإن من الضروري جدا أن يتم عرض بوابات التجارة الإلكترونية الخاصة بالمنقصات ومواقع أسواق لتبادل الأعمال.

أما بالنسبة للآخرين فإنهم يعتمدون على التبادل الداخلي للبيانات إلكترونيا من خلال الأنترنت أو الأنترنت من أجل تنفيذ التبادل من حاسوب إلى حاسوب لوثائق الأعمال والتجارة الإلكترونية ومجهز بها.

3- من مستهلك إلى مستهلك Consumer to consumer

ويطلق عليه C₂C وهي عبارة عن عمليات بيع للمنتجات بشكل الكتروني بين المستهلكين أو الزبائن وإن الموقع Eboy.com على الأنترنت هو أحد الأمثلة الواضحة لهذه الأعمال، حيث يقوم المستهلكون بالبيع المباشر إلى المستهلكين الآخرين لما يتوفر لديهم من منتجات إن التعاملات التجارية وفق هذا التصنيف هو أن المستهلكين أو منظمات الأعمال، يستطيعون أن ينفذوا عملية التبادل (بيع أو شراء) على مواقع الويب الخاصة بذلك مما يجعل هذا النموذج أحد استراتيجيات الأعمال الإلكترونية المستحقة¹.

4- تجارة تتم بين وحدات أعمال والمستهلكين Business to consumer

وهي تجارة بين وحدات أعمال ومستهلكين B₂C والتي يعتبرها البعض تتساوى مع التجارة الإلكترونية بالتجزئة Electronic Metailing، وقد شهد هذا النوع من الأعمال نمو متسارعا حيث يوجد الآن المئات من مراكز التسوق على الأنترنت Shopping Molls.

5- تجارة بين وحدات أعمال والأجهزة الحكومية Business to government

وهي التجارة بين وحدات أعمال والأجهزة الحكومية B₂G فهي تهدف إلى أفضل خدمة حكومية ورفع مستوى التعامل مع قطاع الأعمال².

رابعا: مزايا الأعمال الإلكترونية

بين المنظمات تتنافس نحو تبني الأعمال الإلكترونية لتحقيق مكاسب مالية ومزايا تنافسية في السوق، وإن هذه المزايا تمثل أهدافا مثالية لمنظمات الأعمال من وراء تبني الأعمال الإلكترونية أهمها:¹

¹ محمد جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 56.
² مرتضى محمد صلاح الدين عبد اللطيف، دور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ص 22.

- 1- الوصول إلى الأسواق الجديدة والزبائن المستخدمين الويب على نطاق واسع للبحث عن الحلول للمشاكل المالية.
- 2- يحسن فهم صورة المنظمة من خلال الحصول على الأنترنت الذي يسمح للملايين من مشاهدة ما هو معروض من سلع وخدمات والإطلاع على المعلومات المنشورة على المنظمة.
- 3- تقليل تكاليف العروض وصفقات التبادل التجاري، ومعالجة الأعمال الإلكترونية بشكل مباشر بين الأطراف المختلفة من خلال الوصول الآلية.
- 4- تقليل دور الوسطاء والموردين الذي يضيف تكاليف يتم تحميلها على سعر المنتج.
- 5- يسهل عملية الإتصال بالأطراف الخارجية.
- 6- تقليل التسليم وتكون صفقات التجارية بشكل مباشر وأكثر فورية وإستعمال عملية الأعمال إلكترونية والطلبات المختلفة وبشكل تفاعلي
- 7- إدارة حاجات الزبون ومحاولة تلبيةها.
- 8- إدارة الطلب وتسهيل عملية التعامل والتفاوض.
- 9- بيع وتسليم المنتجات الرقمية بشكل فوري.

المطلب الثالث: الفرق بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية

يستخدم الكثير من الأكاديمين والممارسين مصطلحي الأعمال الإلكترونية E-Business والتجارة الإلكترونية للإشارة إلى نفس المفهوم وهو خطأ شائع لا يراعي الفرق بينهما وظهرت خمسة آراء مختلفة في تفسير طبيعة العلاقة بين هذين المفهومين وجوانب الإختلاف بينهما، وهذه الآراء هي:²

الرأي الأول: على الرغم من أن مفهوم التجارة الإلكترونية يمتد بشكل عام لتشمل ثلاثة أنواع من الأنشطة هي خدمات الربط أو الدخول إلى الأنترنت وما تتضمنه من خدمات ذات محتوى تكنولوجي، التسليم أو التوريد الإلكتروني للخدمات، إستعمال الأنترنت كوساطة لتوزيع المنتجات على النحو الذي جعل البعض يرى أن مصطلح التجارة يصف فقط المعاملات والإجراءات التي تتم بين شركاء الأعمال من خارج المنظمة كالبيع والشراء، عليه يرى أصحاب هذا الرأي إن استخدام مصطلح التجارة

¹ محمد جاسم الصمعيدي و ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 56-57.

² محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص ص 26,27.

الإلكترونية بناء على تعريف التجارة ضيق جدا ولا يعبر عن التطبيقات الحقيقية لإستخدام شبكات الحاسوب في مختلف نشاطات المنظمة كما هي على أرض الواقع.

الرأي الثاني: هناك من يستعمل مصطلح الأعمال الإلكترونية كمفهوم أوسع نطاقا وأشمل من مصطلح التجارة الإلكترونية للتعبير عن استخدام شبكات الحاسوب في كافة نشاطات المنظمة، بينما التجارة الإلكترونية نشاط تجاري يرتبط بتعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة والحصول عليها بآليات تكنولوجية وضمن بيئة تكنولوجية، من هنا يرى أصحاب هذا الرأي أن الأعمال الإلكترونية تشمل جميع أنواع الأنشطة الإلكترونية الداخلية والخارجية بما فيها التجارة الإلكترونية، إذا يشمل مصطلح الأعمال الإلكترونية بالإضافة إلى بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات أيضا الجوانب الآتية:

- تركز الأعمال الإلكترونية على فكرة أتمة الأداء في العلاقة بين إطارين من العمل وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدماتية داخل المنظمة من خلال تأدية النشاطات الإلكترونية داخل المنظمة.

- لا تتعلق الأعمال الإلكترونية بعلاقة البائع أو المورد بالزبون فقط، وإنما تمتد لعلاقة المنظمة بوكلائها وموظفيها وزبائنها بما في ذلك التعاون والتنسيق مع شركاء الأعمال كما تمتد إلى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه.

- يندرج ضمن مفهوم الأعمال الإلكترونية المصنع الإلكتروني، البنك الإلكتروني، شركة التأمين الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية، أية منظمو تعتمد شبكة الأنترنت لإدارة أعمالها وأداء موظفيها والربط فيما بينهم.

الرأي الثالث: يرى أحد الخبراء أن الأعمال الإلكترونية تعد بمثابة الهدف، في حين تعد التجارة الإلكترونية بمثابة الوسائل لبلوغ هذا الهدف.

الرأي الرابع: يرى بعض الكتاب أن التجارة الإلكترونية تشمل جميع الأنشطة المنظمة الإلكترونية والتي تسهل مهمة المنظمة في التبادل التسويقي ويضمونها البنية التحتية لنظم المعلومات في المنظمة.

الرأي الخامس: ويؤكد فريق أن المفهومين يرتبطان بظاهرتين مختلفتين، إذ يستخدم الأعمال الإلكترونية للإشارة بشكل أساسي إلى التعاملات والأنشطة الإلكترونية التي تنجز داخل المنظمة والتي تستلزم اعتماد تطبيقات نظم المعلومات الخاصة بالمنظمة، ومن ثم فإن الأعمال الإلكترونية لا تشمل على المعاملات التجارية التي تحقق تبادل القيمة عبر حدود المنظمة، على سبيل المثال فإن آليات

الرقابة الداخلية الفورية على المخزون تمثل جزءا من الأعمال الإلكترونية، ولكن مثل هذا النشاط الداخلي لا يساهم مباشرة في تحقيق العائدات للمنظمة من الأعمال الخارجية، كما هو الحال بالنسبة للأنشطة التي تنجز في إطار التجارة الإلكترونية.¹

المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

استخدمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصا الأنترنت في بدايات ظهورها في النشاط التسويقي فقط دون إدماجها في العمليات الداخلية للمؤسسة وفي علاقتها مع مورديها، ثم تطور الإهتمام ليتم استغلالها في كل أنشطة وعمليات المؤسسة بالإضافة إلى أن توجه المؤسسة لإستغلال شتى التكنولوجيا إلى الوساطة وعلى العمليات حيث أصبح من السهل القيام بعمليات إستقبال وتسيير الطلبات والاتصال مع الموردين وتنظيم الإنتاج وخدمة الزبائن في الوقت المحدد مما أدى إلى تحسين أدائها.

المطلب الأول: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الوساطة

مع تطور التجارة الإلكترونية تقلصت قنوات الوساطة للإنتاج والتوزيع إن لم تقل قد إنعدمت، وهذا نظرا لإستخدام تقنيات متطورة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة الأنترنت من أجل دعم نشاطها، وبهذا فهي تعمل على مساعدة المؤسسات في تخفيض التكاليف المختلفة، فيمكن التحول إلى إقتصاد رقمي يعتمد على الإتصال الكلي أو الجزئي حيث يستطيع أي طالب لسلعة أو خدمة مرتبط مباشرة بدون إنقطاع مع أي عارض لسلعة أو خدمة ويتمركز في أي مكان من العالم، وبهذا فإن الوسطاء يمكن لهم أن يختفوا أو يتقلصوا.

فإستخدام المؤسسة الصغيرة لتكنولوجيا الأنترنت تستطيع أن تتوسع في السوق وخاصة المؤسسات الأصغر حجما، وبهذا تسمح بتحويل شبكات التوزيع التقليدية وذلك بالقيام بالتجارة مباشرة أي بدون وساطة مع المستهلكين أينما وجدوا، فعلاقة الاوساطة أو تعرف أيضا بالعلاقة المباشرة تحصل عندما يستبعد الوسيط (الموزع) بين المؤسسة المنتجة للسلعة أو الخدمة وبين المستهلك النهائي، تظهر هذه الحالة جليا عند الناشرين للكتب، حيث يتم تسويق المنشورات مباشرة على الويب، ومن الأمثلة أيضا شركات الطيران التي توفر لزبائنها إمكانية الحجز عبر الشبكة فيعتبر إلغاء عملية الوساطة مريحة بالنسبة للمؤسسة والمستهلك معا، فالمؤسسة تستفيد من عدم وجود الوساطة بوضع سعر مناسب يخدمها، بالإضافة إلى أن المستهلك يستفيد من عدم وجود الوساطة بوضع سعر مناسب يخدمها، بالإضافة إلى أن المستهلك يستفيد من القيام

¹ محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 27.

بعملية الشراء لتلك السلع أو الخدمات بسعر أقل من أسعار الأسواق التقليدية مع إستقباله للمنتج المستخرج في وقت المناسب وبجودة أحسن.¹

المطلب الثاني: تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن

تعد الخدمات المقدمة بعدا من أبعاد الجودة كحل المشكلات والإهتمام بالشكاوي، بالإضافة إلى مدى سهولة التصحيح، ويمكن تعريف تحسين جودة الخدمات على أنها عبارة عن زيادة القيمة المضافة للخدمة المقدمة للمستهلك، فالإهتمام المتزايد بتحسين الجودة أدى إلى الإنتقال من التركيز على السلعة وأهمية إنتاجها بمواصفات تلمي رغبات المستهلكين إلى اعتبار الجودة ما هي إلا محصلة للأداء الجيد لمختلف وظائف المؤسسة (الإنتاجية، المالية، التسويقية)، ونتيجة للإستغلال الأمثل لمواردها وأصولها المالية والبشرية والتكنولوجية، فيعد الزبون الهدف الذي تريد المؤسسة امتلاكه، فالزبون الذي يشعر بالرضاء والإشباع والولاء هو الذي يبقى المؤسسة متواجدة في السوق ويدعمها، من خلال وفائه تجاه منتوجاتها وإقتنائها بصفة مستمرة فعلى المؤسسة متواجدة في السوق ويدعمها، من خلال وفائه تجاه منتوجاتها وإقتنائها بصفة مستمرة، فعلى المؤسسة العمل على الإبداع لكي تحسن جودة خدماتها وتعمل على توسعة مجموع ما تعرضه منها، فالفوائد التي تتحصل عليها المؤسسة من استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال متعددة ومنها:

- زيادة تقديم الخدمات الحرة.

- القضاء على زمن الإنتظار وضياح الوقت.

- القضاء على المركزية.

- تطوير خدمات الإستعلام عن بعد للزبائن.

كل هذه النقاط نستطيع أن نصفها ضمن تحسين جودة الخدمات، فتكنولوجيا المعلومات والإتصال له أثر على تحسين الخدمات المقدمة للعملاء والعمل على توطيد العلاقة بين المؤسسة والمستهلك، وبالتالي يزيد الطلب على منتجات المؤسسة، فكلما تلجأ المؤسسة إلى تبني تكنولوجيات المعلومات والإتصال بكثافة فإنه سيؤدي بها إلى إمكانية إستفادتها من تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن.²

¹ شاذلي شوقي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق العلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2007، 2008، ص 110.

² شاذلي شوقي، مرجع سبق ذكره، ص 113.

المطلب الثالث: تخفيض التكاليف

معظم الباحثين في التسويق يتفقون على أن تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال لا سيما الشبكات تؤدي إلى التخفيض في التكاليف، حيث تعمل هاته التكنولوجيات على توفير إمكانية الإتصال وتبادل المعلومات بتكاليف منخفضة جدا ومع زبائنها متعددين في الوقت ذاته، فتخفيض التكاليف يمس أيضا العديد من جوانب نشاط المؤسسة وهذا بدورها في مجال الأعمال الإلكترونية وذلك بـ:

- تخفيض تكاليف المعاملات والصفقات القائمة بين المؤسسة وعملائها أو زبائنها.

- تخفيض تكاليف الناجمة عن النشاط الترويجي للمؤسسة.

- تخفيض تكاليف الإتصال الهاتفي.

- تخفيض التكاليف المترتبة عن عمليات البيع والأعمال المتكررة يوميا.

فمن هذا المنطلق فإن إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل مكثف من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سوف يؤدي إلى تخفيض تكاليف المعاملات لكل زبون، بالإضافة إلى تبني هاته التكنولوجيات سوف تسمح بتقليص المدة الزمنية المستغرقة للقيام بالأعمال مع تبسيط العمليات الإدارية، حيث تؤدي إلى تخفيض تكاليف العمليات التشغيلية والعمليات المالية وبذلك تتوجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو تحقيق ميزة تنافسية من خلال التكلفة¹.

المطلب الرابع: أثر الأنترنت على استراتيجيات المؤسسة لطرح المنتجات في السوق

أولت المؤسسات حاليا اهتماما متزايدا وكبيرا بعملية عرض وبيع المنتجات، ومع استخدام المؤسسات لتكنولوجيا الأنترنت لتدخل تغييرات على استراتيجية طرح المنتجات والتوسع في الأسواق، من خلال ثأثر استراتيجية السوق على المنتج من خلال الأثر الإستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال فتأثر مصفوفة النمو التي عرفت ببعدي السوق والمنتجات بإدخال بعد ثالثا، ألا وهو الإبداع التكنولوجي والمتمثل في الأنترنت.

وتعود مصفوفة النمو للباحث ANSOFF وLgor وتعرف أيضا بمصفوفة التحليل الإستراتيجي للسوق والمنتجات، بالإضافة إلى أخذها تسمية مصفوفة النمو لل ANSOFF، وتتكون هذه المصفوفة من أربع استراتيجيات هي: اختراق السوق، تنمية السوق، تنمية المنتجات واستراتيجية تنوع المنتجات.

¹ شاذلي شوقي، مرجع سبق ذكره، ص 114.

1- إستراتيجية اختراق السوق: تعد هذه الإستراتيجية سهلة الإختيار ولا توجد فيها مخاطرة، وهي ملائمة جدا لتنمية صناعة أو منتج معين في بداية عمر المؤسسة كون أن السوق يستطيع أن يستوعب ما يطرح به نظرا لكبر قاعدة الزبائن.

2- إستراتيجية تنمية المنتجات: تعتبر هذه الإستراتيجية ملائمة في حالة السوق القائم ذو قاعدة زبائن قوية وواسعة، تستطيع أن تستوعب ما يطرح لها من سلع وخدمات جديدة، تتطلب هذه الإستراتيجية قدرا من تطوير وتنمية المنتجات أو بإمكان المؤسسة أن تجلب منتجات جديدة تحمل علاماتها التجارية، بالرغم من أنها صنعت من قبل مؤسسات أخرى لفائدتها.

3- إستراتيجية تنمية السوق: وتهدف هذه الإستراتيجية إلى الرفع من الحصة السوقية للمؤسسة، وهذا بالبحث عن سوق جديدة لتصريف سلعها وخدماتها الموجودة، ولو عن طريق التصدير نحو منطقة جديدة.

4- إستراتيجية تنويع المنتجات: وفق هذه الإستراتيجية تقوم المؤسسة بطرح سلع أو خدمات جديدة في سوق جديد، وتعتبر بذلك مجازفة ومناظرة، بسبب كون السوق الجديد لا توحيدية قاعدة زبائن قوية تطلب هذه المنتجات أو ليس للمؤسسة الخبرة الكافية اللازمة لمعرفة السوق وإحتياجات الزبائن وتوجهاتهم (تفضيلاتهم)، ولذلك يطلق عليها البعض إستراتيجية الإنتحار.¹

المطلب الخامس: الوصول إلى أسواق جديدة ورفع الحصة السوقية

يعد استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصا الأنترنت ذو تأثير بالغ على المساحة التي تغطيها المؤسسات، إذ يصبح بإستطاعتها الوصول إلى أسواق جديدة سواء كانت محلية أو دولية، وهذا ما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية، فتعمل مختلف هاته القنوات التكنولوجية وخاصة الأنترنت على خدمة الزبائن عبر مساحات جغرافية أوسع مقارنة باستخدام المؤسسة لوسائل تقليدية، وبالتالي تسمح هاته التقنيات بالوصول إلى مناطق جغرافية بعيدة وهذا يكسر الحواجز الجغرافية وعامل الزمن وبهذا يصبح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة إمكانية تسيير واستقطاب عدد كبير من الزبائن الجدد رغم الإمكانات المالية والمادية المتواضعة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة التي تستطيع إنشاء فروع لها في شتى المناطق سواء كانت محلية أو دولية.

وبالتالي تفتح أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آفاقا واسعة مما يمنحها فرصا جديدة، وفي الوقت نفسه يضعها أمام مواجهة تحديات متزايدة، إذ يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن

¹ شاذلي شوقي، مرجع سبق ذكره، ص 105، 106.

تستفيد من التسهيلات الناجمة عن التطوير المستمر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وفي مجال النظم المالية والنقل، مما يشجع هذه المؤسسات على الانخراط بشكل متزايد في العمليات الاقتصادية الدولية، بهدف استكشاف أسواق جديدة لتصريف منتجاتها، ويهدف التعرف على مصادر تزويد جديدة كمصدر للعناصر الأساسية الداخلة في تكوين منتجاتها، وحين تنجح المؤسسة الصغيرة في هذين الاتجاهين تصبح جزء من سلسلة المؤسسات المتباعدة جغرافيا والمتعاونة فيما بينها بهدف إيصال المنتج إلى المستخدم النهائي.

فتكنولوجيا المعلومات والاتصال تعمل على استبعاد أثر المسافات والزمن المستغرق لقطعها إذ تسمح للمؤسسات بالاتصال في الزمن الحقيقي أي اللحظي، وبذلك فإن توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى تبني واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال سوف يؤدي بها إلى تحقيق التميز من خلال عنصر الزمن، وبهذا يصبح الفضاء بدون مسافات وشفاف بدون أي نوع من الحدود سواء كانت اقتصادية، سياسية، أو إجتماعية.

المطلب السادس: تسهيل حركة المعلومات وتغيير الهيكل التنظيمي للمؤسسات

لقد أوجد ظهور الأنترنت تغيرات جديدة في الاقتصاد الجديد، حيث ساهمت في إلغاء الحدود التي كانت تحد تنظيمات المؤسسات وذلك بإدخال تغيرات معتبرة عليها، تغيرات في طرق تنظيم الإنتاج في المؤسسات وفي الاقتصاد العالمي فهذه التغيرات اعتبرت من أكبر التحولات عبر التاريخ، ففي زمن الاقتصاد الرقمي تغيرت العلاقة بين المؤسسات تغيرا جذريا، فالعلاقة بين المموم والمقاول أو بين المنتجين والموزعين أو بين الزبون النهائي وتاجر التجزئة قد تغيرت من خلال إدخال وتكثيف استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ففي دراسة قام بها Ambile و Gradille حول كثافة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلصوا إلى استخدام المؤسسات لتكنولوجيا الأنترنت في أنشطتها له تأثير على هيكلها التنظيمي، فثمين هذه التكنولوجيا سوف يؤدي بالمؤسسة إلى إعادة تنظيمها من خلال تغيير تنظيمها الداخلي، وأشكال الاتصال الصاعد والنازل، بالإضافة إلى تغيير العلاقة الناشئة بين الأقسام والأشخاص، ففي المؤسسة التقليدية يتم انتقال المعلومة سلميا أي من الأسفل إلى الأعلى أو من الأعلى إلى الأسفل وفق اتجاهات عمودية، إذ تصل المعلومة لبعض الأقسام أو الأشخاص دون الكل وبهذا نجد المؤسسة صعوبة في التنسيق واتخاذ القرار الصائب والسليم، وباستخدام المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تتحسن الخدمات أفضل للموظفين، وتعزز المسائلة والشفافية مما يؤدي إلى تقليل وقوع الأخطاء والتزوير وينعكس

إيجاباً على التنظيم، ويصبح العمل جماعياً إذ أن حركة المعلومة تتم في كل الاتجاهات وبسرعة فائقة وبهذا يصبح من السهل التنسيق بين الأقسام واتخاذ القرار الصحيح والصائب وبالتالي فإن هاتاه التغييرات لها تأثير على الأداء التنظيمي للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

خلاصة:

نستنتج من هذا الفصل تأثير تكنولوجيا المعلومات والإتصال على الوساطة، وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، تخفيض التكاليف، وفي الأخير أثر الأنترنت على إستراتيجيات المؤسسة للطرح المنتجات في السوق.

الفصل الثالث

دراسة حالة الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر مستغانم (فرع عشعاشة)

تمهيد:

يعد قطاع الإتصالات الشريان الرئيسي والقلب النابض للإقتصاد في جميع دول العالم, وقد أدركت الحكومة الجزائرية مع بداية القرن الحالي, أهمية مواكبة التطور العالمي في هذا القطاع, فقامت الجزائر بوضع برامج لإعادة هيكلة القطاع والذي نتج عنه مؤسسة إتصالات الجزائر, هذه المنظمة التي انفصلت عن بريد الجزائر وأصبح لها نشاطها الخاص بها, حيث أثرت هذه التغيرات التي إعتدتها الدولة على أداء وتنافسية هذه المنظمة.

انطلاقا من هذا قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين هما:

المبحث الأول: عموميات حول مؤسسة إتصالات الجزائر.

المبحث الثاني: واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في مؤسسة إتصالات الجزائر.

المبحث الأول: عموميات حول الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر

إتصالات الجزائر عبارة عن مؤسسة تنشط في مجال الإتصالات السلكية واللاسلكية.

المطلب الأول: نشأتها

تعتبر المؤسسة العمومية الإقتصادية إتصالات الجزائر إدارة عمومية وفي نفس الوقت مؤسسة خدماتية، لها صيغة تجارية.

وتتمثل مهمتها في تسيير وتطوير شبكات البريد والمواصلات، وبالتالي تساهم في حاجيات البلاد.

تم إنجاز هذه الوكالة في جوان 2013، تقع بعشعاشة ولها موقع استراتيجي يساعد الوكالة على التعامل مع زبائنها واستقطاب أكبر عدد من الزبائن، وبهذه الوكالة يعمل فيها 08 عمال.

طموحها هو الحصول على مستوى عالو وإنجاز تقني اقتصادي واجتماعي جيد للمحافظة على كيانها في ميدانها والمحيط المليء بالمنافسة.

المطلب الثاني: أهداف ونشاطات إتصالات الجزائر

أولاً: أهداف الوكالة

تسعى الوكالة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تمكنها من مواجهة تغيرات البيئة التي تعمل وتتمثل في:

- صيانة فعالية الشبكات والتجهيزات من أجل التحسين المستمر لأدائها.
- ديمومة تقديم الخدمة الهاتفية.
- تسهيل كسب الأنترنت لجميع الزبائن بمختلف فئاتهم ومستوياتهم حتى نشر ثقافة المعلوماتية وتكون هناك سرعة في تبادل المعلومات.¹
- الهاتف النقال والأنترنت وسيلتان من الوسائل التي تجسد مبدأ السرعة والدقة في مجال الإتصالات.

¹ اعتمادا على مقابلة شخصية مع مسؤولي فرع إتصالات الجزائر بعشعاشة.

- من أجل الزيادة في عرض الخدمات الهاتفية وتسهيل عملية المشاركة في مختلف خدمات الإتصال لأكبر عدد من المستعملين يوجه خاصة للمناطق النائية.
- الزيادة في جودة ونوعية الخدمات المعروضة، والتشكيلة المقدمة وجعلها أكثر تنافسية في خدمات الإتصال.
- تطوير الخدمات الجديدة (البيع والشراء) عبر الشبكة العنكبوتية، وكذلك تطوير مراكز المعلوماتية والتوجيه.
- العمل على كسب سمعة حسنة والمحافظة عليها والتخلي على أنماط التسيير التقليدية والتصرفات السلبية.
- تحديد تعريفة بأسعار معقولة.

ثانيا: نشاطاتها

تتمحور نشاطاتها حول ما يلي:

- تزويد خدمات الإتصال التي تسح بالنقل وتعتبر الصوت والرسائل المكتوبة للمعطيات الرقمية، المرئية والصوتية.
- تقوم بتنمية استغلال وتسيير الشبكات العمومية وخاصة للإتصالات.
- السماح للزبائن بالإستشارة فيما يخص فواتيرهم عبر الأنترنت.
- إزالة تبادل الوثائق بين المصالح التقنية والوكالة التجارية.
- تحصيل مستحقات الهاتف الثابت والأنترنت.
- استقبال الطلبات المتعلقة بخدمة الهاتف الثابت.
- معالجة احتياجات الزبائن.
- كل زبون له شبك وحيد على مستوى الوكالة التجارية للاتصالات الجزائر، التي تحفظ طلب الزبون ومعلومات خاصة به، عنوانه... الخ.¹

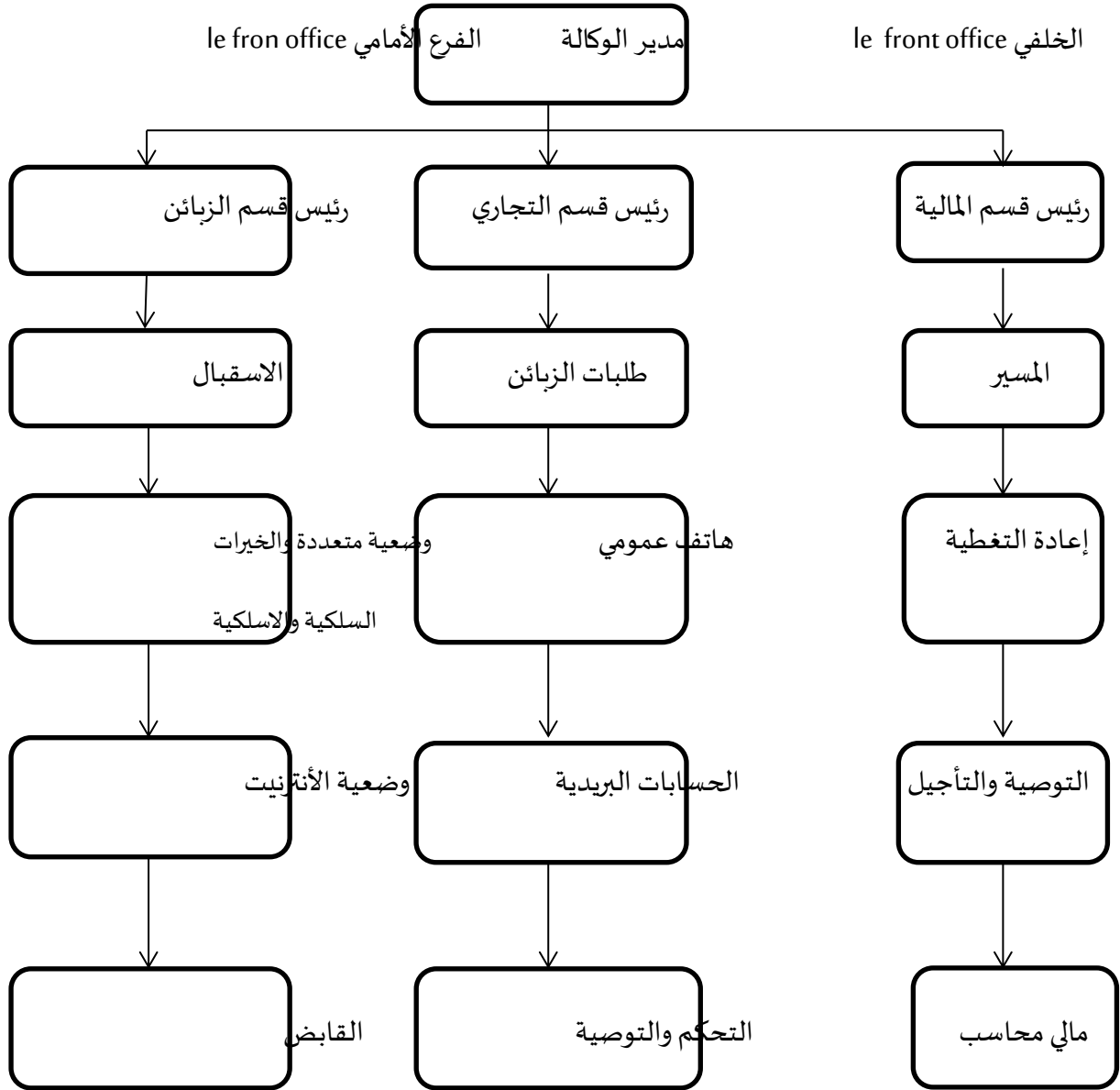
¹ وثائق المؤسسة

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسا لاتصالات الجزائر فرع عشعاشة بمستغانم

فيما يخص الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بعشعاشة فهو متمثل

بالشكل التالي:

الشكل رقم (03-01): هيكل تنظيمي للوكالة



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات مقدمة من طرف مؤسسة إتصالات الجزائر.

- شرح الهيكل التنظيمي:

1- المكاتب الأمامي le front office لمصلحة الزبائن أو مكتب الإستقبال

هو مقدمة لإتصالات الجزائر, نجد أن هذه المصلحة هي جزء حساس للوكالة التجارية, حيث نجد أنها تعاملنا مع الزبائن.¹

- مهامها ودورها:

- منح الفاتورة للزبائن في حالة ضياعها أو عدم وصولها إلى العنوان الصحيح.
- منح للمواطنين الفاتورة المفصلة الخاصة بكل الأرقام التي استعملها الزبون من هاتفه بناء على الطلب الذي يكون مرفق معه نسخة من بطاقة التعريف وفاتورة الحسابات الأخيرة.
- إعادة خط الهاتف المنقطع بعد دفع مبلغ الفاتورة.
- استقبال الزبائن في الحصول على الخطوط الهاتفية أو اللاسلكي الذي يكون مصحوب معه نسخة عن بطاقة التعريف الوطني + طلب خطي.
- بيع جهاز الهاتف.

2- المكتب الخلفي le back office (المصلحة التجارية, المصلحة المالية)

أ- المصلحة التجارية

تعتبر من أقسام الوكالة تتكون من ثلاثة موظفين كل موقع له عمل خاص به حيث نجد موقع الأكشاء المتعدد الخدمات وموقع لإنتاج الأرقام وموقع لكل ما يصعب على مصلحة الزبائن أو مكتب الإستقبال.

- مهامها:

- متابعة تنقل الطلبات الخطية أو معالجة الأخطاء.
- منح أرقام الهاتف بكل أنواع.
- متابعة الخطوط الخاصة.

¹ وثائق المؤسسة اتصالات الجزائر -مستغانم- فرع عشعاشة.

- تأمين العلاقات بين مركز الإنتاج التقني والوكالة التجارية.

ب- المصلحة المالية

- تتكفل بكل الشؤون المالية المتعلقة بالوكالة التجارية وهي تكمل عمل المصلحة التجارية.

- مهامها:

- معالجة الأخطاء المالية.

- متابعة الفاتورة غير مدفوعة الحساب، إما بتقسيطها أو قطع الهاتف.

- حساب مداخيل الوكالة خلال شهر أو سنة.

المطلب الرابع: تحليل البيانات الشخصية لأفراد الوكالة

الجدول رقم (01-03): من حيث الجنس

العدد	الجنس
05	ذكر
03	أنثى
08	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات مقدمة من طرف مؤسسة إتصالات الجزائر.

يتوضح من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد المؤسسة ذكور، مما يدل على تغيير البيئة

الثقافية للمجتمع.

الجدول (02-03): من حيث العمر

العدد	السن
03	من 20 إلى 30 سنة
04	من 31 إلى 40 سنة
01	من 41 سنة فما فوق
08	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات مقدمة من طرف مؤسسة إتصالات الجزائر.

يتضح من الجدول أعلاه الفئة الغالبة هي (31 إلى 40 سنة) وهذا يدل أن هناك تشجيع للفئة الشبابية، وهذا الشيء يمثل فرصة للإستفادة من المعارف والخبرات المتراكمة.

الجدول رقم (03-03): من حيث المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	العدد
أقل من ثانوي	01
ثانوي	03
جامعي	04
المجموع	08

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات مقدمة من طرف مؤسسة إتصالات الجزائر.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أكبر عدد لحاملي الشهادات أي الجامعي وبالتالي نستنتج أن هناك مؤهلات قادرة على استيعاب متطلبات وإستخدامات التكنولوجيا.

الجدول رقم (04-03): من حيث المستوى الوظيفي

المستوى الوظيفي	العدد
رئيس مصلحة	01
عون إداري	06
عامل بسيط	01
المجموع	08

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات مقدمة من طرف مؤسسة إتصالات الجزائر.

نلاحظ من الجدول أغلبية الموظفين مركزهم الوظيفي عون إداري وهذا الوضع الطبيعي في أي مؤسسة.

الجدول رقم (05-03): من حيث الأقدمية

الأقدمية	العدد
أقل من 04 سنوات	02
من 04 سنوات إلى 08 سنوات	05
02 سنوات فأكثر	01
المجموع	08

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات مقدمة من طرف مؤسسة إتصالات الجزائر.

نلاحظ من الجدول أكثر فئة من 04 إلى 08 سنوات وهذا راجع إلى أن المؤسسة تعتمد على الفئة ذات كفاءة وخبرة.

المبحث الثاني: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة إتصالات الجزائر

في هذا المبحث سنرتقي إلى أهم التكنولوجيات التي تستخدمها إتصالات الجزائر في أداء خدماتها للزبائن.

المطلب الأول: واقع نظام المعلومات في الوكالة

كانت تعتمد على نظام المعلومات يدوي إلى أنه مع تقدم والتطور التكنولوجي في مجال الإعلام الآلي ظهرت شبكة جديدة لتسهيل تبادل المعلومات بين المصالح، حيث تعد وسيلة للربط بين العاملين داخل الوكالة بعد زيارتنا الميدانية للوكالة التجارية لإتصالات الجزائر ببلدية عشعاشة تقتصر على عمليات تحصيل الفواتير المتعلقة بالهاتف الثابت بدون خيط والبطاقات مسبقة الدفع وخدمة الإنترنت، وتقديم الخدمات المشتركين، الإشراف على صيانة خطوطهم، ويشمل هذا النظام كبقية الأنظمة المعلوماتية على مدخلات، عملية تحويل مخرجات، وتوضيح كيفية عمل هذا النظام قمنا بدراسة حالة طلب الزبون للهاتف أو الإنترنت.¹

- المدخلات:

- طلب خطي.

- نسخة من بطاقو التعريف الوطنية.

- وصل كهرباء أو غاز.

- وجود هاتف في حالة طلب الإنترنت.

- العملية التحويلية:

تحول هذه المعلومات على الحاسب في نظام . كما تحول هذه المعلومات إلى مصلحة التقنيات التي تقوم بدراسة الحي أو الشارع الذي فيه الزبون.

¹ وثائق المؤسسة

- المخرجات:

يكون فيها خيارات إما رفض لأسباب ما أو قبول، في حالة القبول يستلم الزبون الفاتورة فيما رقم الهاتف ويدفع الأجر المطلوب إما في البريد أو الوكالة التجارية.

- التغذية العكسية:

في حالة الرفض يدرس الرفض يساعد نظام الوكالة على كسب استقطاب عدد كبير من الزبائن من خلال تنظيم حركة خدمات ومتابعة الوضع اليومي للخدمات وكذا تنشيط المصالح التي تركز عليها في إنجاز أهدافها المتعلقة بالإتصالات ومنه لا يخفي علينا أن تحقيق أهداف الوكالة يركز على فعالية التوقيف والتلاحم الفكري بين كافة المصالح.

المطلب الثاني: الخدمات والمنتجات المقدمة من طرف الوكالة

إن من أهم منتجات وخدمات التي تقدمها الوكالة ما يلي:

أولاً: الهاتف الثابت

1- الهاتف الثابت السلبي: تعرض إتصالات الجزائر شبكة إتصالات مثالية وتضمن لزيائنها جودة عالية وهذا بفضل الهاتف السلبي.¹

وهناك يوجد نوعين من تسعيرات، تسعير مكالمات وطنية ومكالمات دولية.

¹ وثائق المؤسسة

الموقع الرسمي لاتصالات الجزائر www.Alerier Telecom.dz

أ- تسعير المكالمات الوطنية

جدول رقم (03-06): يوضح تسعيرة المكالمات الوطنية

محمول	وطني	محلي	
8دج بـدون رسوم/دقيقة غير مجزأة	3دج بـدون رسوم/دقيقة غير مجزأة	3دج بـدون رسوم/دقيقة غير مجزأة	الصيغة الكلاسيكية (خارج idoom fix)
8دج بـدون رسوم/دقيقة غير مجزأة (تخفيض 15%)	0دج	0دج	اشترك 1000دج
8دج بـدون رسوم/دقيقة غير مجزأة	0دج	0دج	اشترك 500دج
8دج بـدون رسوم/دقيقة غير مجزأة	3دج بـدون رسوم/دقيقة غير مجزأة	0دج	اشترك 250دج

المصدر: الموقع الرسمي لإتصالات الجزائر www.AlgerierTelecom.dz

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن سعر المكالمات الوطنية التقليدية بقدر 3دج/دقيقة

بدون رسوم.

ب- تسعيرة المكالمات الدولية

- التسعيرة بالثانية بعد أول ثانية

ثانيا: الأنترنت

إن للأنترنت عدة خدمات تقدمها للزبون من بينها:

- تصميم مواقع الويب.

- تصفح مواقع الويب.

- تصفح الرسائل الإلكترونية.

- تصفح المساحات الإشهارية.

وتقسم إتصالات الجزائر هذه الأنترنت إلى نوعين من الزبائن:

1- أنترنت تقدم للخواص

تقدم إتصالات الجزائر هذه الأنترنت إلى الأفراد العاديين (العامة), ونأخذ مثال على ذلك.

الجدول رقم (07-03): يوضح تدفق الأنترنت والأسعار المرافقة له حسب عدد الأيام

التدفق	الأسعار من 1 إلى 3 أشهر	الأسعار من 4 إلى 5 أشهر	الأسعار من 6 فأكثر
2 ميغابايت	2900 دج	2700 دج	2500 دج
4 ميغابايت	4100 دج	3800 دج	3500 دج
8 ميغابايت	6500 دج	6000 دج	5500 دج

المصدر: الموقع الرسمي لإتصالات الجزائر.

1- ثمن المودم: 5000 دج مع احتساب كل الرسوم.

2- يمنح مودم مجاني عند دفع اشتراك شهرين أو أكثر مسبقا.

3- التدفقات متوفرة حسب جدارة الخط الهاتفي الثابت.

ومن بين الخدمات الجديدة التي تقدمها للأفراد عبر الأنترنت ما يلي:

- بطاقة لتعبئة الأنترنت: تسمح بطاقات تعبئة حساب الأنترنت ذات التدفق العالي بشحن الرصيد بطريقة بسيطة, وهذا عن طريق الإتصال من أي خط ثابت أو لاسلكي وتشكيل الرقم 1500.

نوع البطاقات: بطاقة التعبئة 500 دج, 1000 دج, 2000 دج, 3000 دج.

- الدفع الإلكتروني: أطلقت إتصالات الجزائر خدمة الدفع الإلكتروني لتقوية خدمة تعبئة ودفع فواتير الأنترنت, وتهدف هذه الخدمة إلى تسهيل يوميات الزبائن حيث تسمح هذه الخدمة بتعبئة حساب الأنترنت *Ligne asymétrique digital subscribe* بدون التنقل إلى الوكالة التجارية ومن أي كمبيوتر مجهز بالأنترنت.

- لا مشقة بعد الآن.

- لا نسيان بعد الآن.

- لا تعاملات نقدية بعد الآن.

2- أنترنيت تقدم للمهنيين

وهي أنترنيت تقدمها الوكالة للمؤسسات الخاصة أو العمومية، ومن مزايا عرض الأنترنيت المهني:

- سهولة وراحة الإستخدام.

- التنقل بأمان ومشاركة الآخرين في استعمال الأنترنيت.

وهناك خدمة جديدة تقدمها إتصالات الجزائر للمهنيين عبر الأنترنيت منها:

- العرض الكامل المؤسسي: يتمثل هذا العرض في منح صلات أنترنيت متخصصة للشبكة المتعددة الخدمات للزبائن المهنيين.

ومن مزايا هذا العرض:

1- استمرارية الخدمة: يسمح هذا العرض بخفض التكاليف الناجمة عن تباطؤ النشاط الناتج عن انقطاع خيوط الشبكة.¹

2- استمرارية العمل: حيث يمكن التحكم في النشاط أو الأداء للمؤسسة.

3- عرض قابل للتطور: إلى جانب خدمة الإيواء إن عرض مؤسسي سوف يتم تطويره بإدخال خدمات جديدة.

المطلب الثالث: الآفاق المستقبلية لإتصالات الجزائر

من الواضح أن المشاكل التي تواجهها الوحدة العملية لإتصالات الجزائر يمكن تفاديها وهذا يأتي عن طريق التسيير الجيد لمختلف العمليات التي تتم على مستواها ولهذا وجب آفاق تتمثل فيما يلي:

- المراقبة المستمرة لمختلف المصالح.

- التخطيط لإنشاء وتطوير البنى التحتية التكنولوجية ضرورة ملحة للعمل على تقوية وتدعيم نظم الإتصالات للمساهمة في تحسين الأداء للمؤسسة.

¹ وثائق المؤسسة

- يجب تبني سياسة اتصالية تستند لخطّة إستراتيجية مدروسة وموثوقة ومحددة الخطوات, نأخذ بعين الإعتبار عمل الخدمات المقدمة بالمؤسسة وطبيعة زبائنها.
- العمل على تخفيض من التكاليف الباهضة للزبون.
- الإتجاه نحو عصرنه وحدثه الوسائل المتخصصة في المحاسبة.

المطلب الرابع: تقييم مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في شركة إتصالات الجزائر

من بين الوسيلة الشائعة في المؤسسة هي الإنترنت, حيث أصبحت اليوم الإنترنت سوقا الكترونيا تنامي استخداماتها بشكل ملفت من قبل المؤسسات على اختلاف أنواعها, فالعديد من المؤسسات تستخدم الإنترنت لأغراض الإتصالات الإلكترونية ونقل البيانات وتوفير خدمات الكترونية وبيع السلع والخدمات, ومن أبرز دوافع استخدام الإنترنت نذكر ما يلي:

- العولة.

- تدنية التكاليف.

- الإتصالات الإلكترونية.

فبخصوص العولة وتوفر الإنترنت شبكة من الإتصالات العالمية الحيوية, كما توفر الإنترنت تدنية تكاليف وأعباء مالية من جراء التعاملات التجارية وفق الأساليب الورقية علاوة على ذلك فإن استخدام الإنترنت في المؤسسة يسهل على الزبائن الحصول على معلومات عن بطاقة تعبئتهم وعن أرقام شريحة هواتفهم, وأيضا تسمح الإنترنت للمؤسسة بالوصول إلى شبكة الإتصالات الإلكترونية الدولية التي تسهل الإتصالات للزبائن في دول الخارج عن بعد بصورة والصوت.

بحيث أن المؤسسة تستفيد من المزايا والفرص التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والإتصال من خلال استخدامها داخل المؤسسة من تحقيق ما يلي:

- سرعة الاتصال مع أشخاص خارج المؤسسة من خلال البريد الإلكتروني.

- الرغبة في تخفيض التكاليف, تحسين الإنتاجية والكفاءة وتطوير المنتجات والخدمات.

- تقديم خدمات الزبون بأحسن طريقة من حيث السرعة والسهولة.

- أداء عمليات متعددة فائقة وبدقة متناهية وهذا يؤدي إلى تحسين الأداء.

- ساعدت التكنولوجيا على إيجاد قنوات إتصالات جديدة على مستوى المؤسسة.

خلاصة:

من خلال دراستنا لحالة مؤسسة إتصالات الجزائر, استخلصنا أهمية التكنولوجيا في تسيير المؤسسة وهذا ما يمهد لنا هدف دراستنا وهو كيفية تحسين أداء المنظمة بتكنولوجيا المعلومات والإتصالات, وذلك من خلال استفادة الفرد من المعرفة والعلم والتكنولوجيا ومدى استعمال المديرين للتكنولوجيا بهدف اتخاذ القرارات السليمة.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة:

إن تطبيق تكنولوجيا المعلومات أصبحت حتمية إلزامية تفرضها التغيرات العالمية، خاصة في ظل المنافسة وانفتاح الأسواق، حيث أصبحت كل المؤسسات تولي اهتماما بالغاً لها والمؤسسات الخدمائية خاصة تسعى لذلك من خلال محاولتها استغلال كل التطورات التكنولوجية من أجل تقديم خدماتها، وما يميز هذه التكنولوجيا توفيرها للمال والجهد والوقت، فأصبحت أداة فاعلة للارتقاء بمستوى الأداء.

من هذا المنطلق عملت هذه الدراسة على أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تكني أهمية بالغة للمؤسسات الحالية التي تسعى للبقاء والإستمرارية في تحسين وتطوير الأداء.

لذا لقد أصبحت تكنولوجيا أمراً ضرورياً ويهدف معرفة تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأداة لتحسين أداء المنظمة وضعنا بعض الفرصيات تمت اختبارها كالتالي:

الفرضية الأولى:

تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال ساهم في تطوير وتحسين آليات عمل المؤسسة وهي فرضية صحيحة، لأن تكنولوجيا المعلومات والاتصال يؤثر على تحسين أداء المؤسسة تأثيراً واضحاً، ويأتي كل نتيجة الإستغلال الأمثل والفعال لهذه التكنولوجيا المتطورة.

الفرضية الثانية:

ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين أداء الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر عن طريق:

- تسهيل تداول المعلومات وبالتالي سرعة أداء المهام وتنفيذها.

- تساعد على تطوير وتحسين خدمات والمنتجات المقدمة للزبون.

نتائج الدراسة:

من خلال تناولنا هذه الدراسة تمكنا من استخلاص ما يلي:

- إن استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات الإقتصادية يؤدي إلى تحسين أداءها، تخفيض التكاليف.

- ساهمت الوسائل الحديثة للإعلام والاتصال في تحسين أداء المنظمة.
- هناك اهتمام المؤسسة بالجديد في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة إتصالات ومعلومات في كل المجالات، فقد حولت الإقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي المتمحور حول اللامادية والسرعة والآنية.
- الأنترنت هي شبكة عالمية توفر للجميع حق الاستفادة منها، وهي وسيلة تقدم خدمات عديدة للمؤسسة وزبائنها.

الإقتراحات والتوصيات:

في إطار الدراسة والنتائج المتوصل إليها يمكن بالخروج بالتوصيات التالية:

- 1- تعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال كل المؤسسات لمختلف نشاطاتها على مستوى الوطني، سواء الخدماتي منها أو التعليمي. وعدم الإكتفاء بالجانب الإقتصادي فحسب.
- 2- استقطاب واستعانة بخبراء في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل إقامة دورات تكوينية وليس نظرية فقط.
- 3- الإسراع في تحسين حوكمة الكترونية، التي توفر الخدمات المواطنين والشركات عبر الشبكة بسرعة وسهولة وما سيكون لذلك من آثار ايجابية في دفع التجارة الإلكترونية وزيادة الوعي بأن التعامل بهذه التجارة ليست خيار ترفهيا بل أمر ضروري.
- 4- دفع وفتح مجال للإستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال للقطاع الخاص المحلي.

الآفاق المستقبلية:

- لا ندعي كمالا لبحثنا ولا ننفي قصور جهدنا إلا أننا نأمل أن نكون قد وفقنا ولو بشيء قليل في الإجابة على الإشكالية موضوع بحثنا غير أننا نهدف توسيع نطاق هذا البحث وتعميقه نقترح بعض الآفاق المستقبلية للبحث في شكل عناوين تصليح اشكاليات البحوث المستقبلية نذكر منها:
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء المنظمة.
 - تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء في المؤسسة الجزائرية.

الملخص:

تدفع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالعديد من الباحثين إلى العمل على التعرف و الفهم الدقيق على مدى استغلال المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاتصال التنظيمي، و مدى تأثير درجة كثافتها، و ربطها مع الأثر الذي تتركه على مستويات الاتصال بالمؤسسة.

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأداة لتحسين أداء المنظمة.

حيث تمت الدراسة على عينة من مؤسسة اتصالات الجزائر بمستغانم فرع عشعاشة وذلك من خلال تحليل بياناتهم الشخصية.

من خلال البحث توصلنا إلى الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا في تحسين أداء المنظمة.

الكلمات المفتاحية

- تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

- الأداء.

- اتصالات الجزائر.

Résumé

Les technologies de l'information et de la communication poussent de nombreux chercheurs à identifier et à comprendre avec précision dans quelle mesure les organisations utilisent les TIC pour la communication organisationnelle, l'impact de leur degré d'intensité et leur lien avec leur impact sur les niveaux de communication avec l'institution.

Cette étude visait à étudier les TIC en tant qu'outil permettant d'améliorer les performances de l'organisation.

Une étude a été menée sur un échantillon de la branche algérienne de Telecom Corporation située à Mostaganem à Ashasha en analysant leurs données personnelles.

Grâce à la recherche, nous avons atteint le grand rôle joué par la technologie dans l'amélioration des performances de l'organisation.

les mots clés:

-Technologies de l'information et de la communication.

-la performance.

-Algérie Telecom.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب

- 1- أحمد النواعرة، الإتصال والتسويق بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 2- عبد الناصر علك حافظ، نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة، الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 3- عبد الرحمان الهاشمي وفائزة محمد العزاوي، المنهج والإقتصاد المعرفي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007.
- 4- عبده سمير، العرب والتكنولوجيا، الطبعة الأولى، دار الأفق الجديدة، بيروت، 1981.
- 5- عبد الوهاب عمان الصباغ، نظم المعلومات، دون طبعة، دار الثقافة، عمان، 2004.
- 5- عابر إبراهيم قنديلجي وإيمان فاضل السامرائي، شبكات المعلومات والإنصالات، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 6- علاء فرحان طالب، الحوكمة المؤسسية والأداء المالي الإستراتيجي، دار صفاء، عمان، 2011.
- 7- غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومدادخيل تقنيات تطبيقات عملية)، الطبعة الأولى، دار المناهج لنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 8- غريب سيد أحمد، علم الإجتماع الإتصال والإعلام، دون طبعة، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2002.
- 9- ربحي مصطفى، عليان وإيمان فاضل السامرائي، تسويق المعلومات، الطبعة الثانية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات العامة، دون طبعة، دار الصفاء، عمان، 2005.

- 10- زاوية حسن، إدارة الموارد البشرية، رؤية مستقبلية، دار الجامعة، الطبعة الثانية، نشر وتوزيع، الاسكندرية، 2001.
- 11- فلاح حسن الحسني ومؤيد عبد الرحمان، إدارة البنوك مدخل كمي وإستراتيجي معاصر، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، عمان، 2006.
- 12- فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، دون طبعة، الدار الجامعية، مصر، 2006.
- 13- فايز جمعة صالح النجار، نظام المعلومات، دون طبعة، دار الحامد لنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 14- محمد منير حجب، الإتصال الفعال للعلاقات العامة، الطبعة الأولى، دار النشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 15- محمد سيد فهمي، فن الإتصال في الخدمة الإجتماعية، بدون طبعة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2006.
- 16- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، بدون طبعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2010.
- 17- محمد حافظ حجازي، وسائل الإتصال الرسمي (البيروقراطية، الكمبيوترية)، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2006.
- 18- محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2009.
- 19- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإتصال الجماهيري، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
- 20- محمد محي مسعي، ظاهرة العولمة (الأوهام والحقائق)، بدون طبعة، مطبعة الشعاع، القاهرة، 1999.
- 21- محمد شوقي أحمد محمود يوسف وآخرون، نظم المعلومات المحاسبية، الطبعة الخامسة، كلية التجارة، القاهرة، 1987.

- 22- محمود جاسم الصمعيدي وردينة عثمان يوسف، التسوق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 23- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 24- محمد سعيد أنور سلطان، إدارة الموارد البشرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2003.
- 25- محمد مصطفى الخشروم ونبيل محمد مرسي، إدارة الأعمال (مبادئ ومهارات ووظائف)، الطبعة الثانية، دار الأمل للنشر والتوزيع، عمان، 199.
- 26- مرتضى محمد صلاح الدين عبد اللطيف، دور قطاع تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2001.
- 27- مراد شلباية ووائل أبو مفلي، مقدمة إلى الشبكات، الطبعة الثانية، دار المسيرة والتوزيع، عمان، 2009.
- 28- نوري منير، نظام المعلومات المطبق في التسيير، الطبعة التاسعة، ديوان المطبوعات الجامعية، بدون بلد النشر، 2012.
- 29- نجم عبود، الإدارة الإلكترونية والوظائف، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، 2004.
- 30- سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق، الأعمال الإلكترونية، بدون طبعة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 31- سعد صادق بحيري، إدارة توازن الأداء، الدار الجامعية، الاسكندرية 2004.
- 32- سلوى عمر عبد الرحمان، الإدارة بالأداء كمدخل لتقييم العاملين، طبعة أولى، الدار الجزائرية والمنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 2015.
- 33- ثابت عبد الرحمان إدريس، نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة، بدون طبعة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2005.
- 34- طارق طه، نظم دعم القرارات في بيئة العولمة والأنترنت، طبعة الأولى، دار الحرمين للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2006.

- 35- طاهر محسن منصوري الغالي ووائل محمد صبحي إدريس، أساسيات الأداء بطاقة التقييم المتوازن، طبعة أولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2009.
- 36- هاشم أحمد عطية ومحمد محمود عبريه، مدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية، طبعة أولى، الدار الجامعية للنشر، الاسكندرية، 2000.
- 37- وليد بن تركي، دور نقل التكنولوجيا في تحسين القدرة التنافسية، الطبعة الأولى، الناشر مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2016.
- 38- يوسف أحمد عيادات، الحاسوب التعليمي وتطبيقاته التربوية، الطبعة الثانية، دار المسيرة والتوزيع، 2014.
- 39- يوسف حجيم سلطان الطائي، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق والتوزيع، عمان، 2009.

المذكرات

- 1- بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الإتصال الداخلي في المؤسسات الإستشفائية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012-2013.
- 2- شاذلي شوقي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2007-2008.
- 3- عبد الناصر الجبوشي، فعالية نظم تكنولوجيا المعلومات من وجهة نظر المستفيد في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تسعد دحلب، البليدة، 2011.
- 4- مراد رايس، أثر التكنولوجيا للمعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير غير منشورة، فرع إدارة أعمال، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- 5- لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على تحسين الأداء الإقتصادي المؤسسي، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001-2002.

المواقع الالكترونية

الموقع الرسمي للاتصالات الجزائر www.Alerier Telecom.dz



عقد اشتراك CONTRAT D'ABONNEMENT

معلومات خاصة بالوكالة التجارية		Coordonnées de l'Agence Commerciale :	
الوكالة التجارية :	Actel	العنوان :	Adresse
رقم الحساب البريدي التجاري :	N° CCP	الرمز البريدي الإلكتروني :	Ville: Code Postal, Email
		الهاتف الثابت :	Téléphone Fixe
		الهاتف المحمول :	Téléphone Mobile
		بطاقة الهوية (رين/ب.ب.و) رقم :	Preuve d'identité (P.C. / N.N.) Adresse et Par

معلومات خاصة بالزبون		Coordonnées du Client :	
الاسم واللقب :	Nom et Prénom	العنوان :	Adresse
الرمز البريدي الإلكتروني :	Ville: Code Postal, Email	الهاتف الثابت :	Téléphone Fixe
الهاتف المحمول :	Téléphone Mobile	بطاقة الهوية (رين/ب.ب.و) رقم :	Preuve d'identité (P.C. / N.N.) Adresse et Par

رقم هاتف الربط :	رقم الزبون :
تéléphone de connexion	N° de client

عروض الإنترنت		Les offres Internet	
نوع العرض :	Idoom ADSL	Idoom Fibre	Type de l'offre :
إلى غاية 1 م.ب/ثا	إلى غاية 20 م.ب/ثا	Internet jusqu'à 20 Mb/s	Internet jusqu'à 1 Mb/s
إلى غاية 2 م.ب/ثا	إلى غاية 50 م.ب/ثا	Internet jusqu'à 50 Mb/s	Internet jusqu'à 2 Mb/s
إلى غاية 4 م.ب/ثا	إلى غاية 100 م.ب/ثا	Internet jusqu'à 100 Mb/s	Internet jusqu'à 4 Mb/s
إلى غاية 8 م.ب/ثا			Internet jusqu'à 8 Mb/s
مدة الاشتراك :	شهر	Mois	Durée de l'abonnement :

خدمات أخرى :		Autres services :	
بريد إلكتروني	E-mail	بريد إلكتروني	E-mail
بريد إلكتروني	E-mail	بريد إلكتروني	E-mail

عروض 4GLte		Les offres 4GLte	
Offre Data Only	USIM ✓	USIM ✓	Offre Data Only
Offre Data + VoLTE	CPE ✓	CPE ✓	Offre Data + VoLTE
Offre Data + VoLTE	VoLTE ✓	VoLTE ✓	Offre Data + VoLTE
Offre Data + VoLTE	VoLTE ✓	VoLTE ✓	Offre Data + VoLTE
Offre Data + VoLTE	VoLTE ✓	VoLTE ✓	Offre Data + VoLTE
Offre Data + VoLTE	VoLTE ✓	VoLTE ✓	Offre Data + VoLTE
Offre Data + VoLTE	VoLTE ✓	VoLTE ✓	Offre Data + VoLTE
Offre Data + VoLTE	VoLTE ✓	VoLTE ✓	Offre Data + VoLTE
Offre Data + VoLTE	VoLTE ✓	VoLTE ✓	Offre Data + VoLTE
Offre Data + VoLTE	VoLTE ✓	VoLTE ✓	Offre Data + VoLTE

عروض idoom		idoom	
idoom 250 DA	idoom 500 DA	idoom 1000 DA	idoom Autre
خدمات هاتفية إضافية	دائرة هاتفية مجانية	دائرة هاتفية مجانية	دائرة هاتفية مجانية
كشف الرقم	Affichage du numéro	Affichage du numéro	Affichage du numéro
وضع المكالمات في الانتظار	Appel en attente	Appel en attente	Appel en attente
وضع المكالمات في الانتظار	Appel en attente	Appel en attente	Appel en attente
وضع المكالمات في الانتظار	Appel en attente	Appel en attente	Appel en attente
وضع المكالمات في الانتظار	Appel en attente	Appel en attente	Appel en attente
وضع المكالمات في الانتظار	Appel en attente	Appel en attente	Appel en attente
وضع المكالمات في الانتظار	Appel en attente	Appel en attente	Appel en attente
وضع المكالمات في الانتظار	Appel en attente	Appel en attente	Appel en attente

الرسوم الأولية		Frais préliminaux	
نقطة التوصيل :	نقطة التوصيل :	نقطة التوصيل :	نقطة التوصيل :
نقطة الولوح :	نقطة الولوح :	نقطة الولوح :	نقطة الولوح :
نقطة التنزيل :	نقطة التنزيل :	نقطة التنزيل :	نقطة التنزيل :
نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :
نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :
نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :
نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :
نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :
نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :
نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :	نقطة التحويل :

صيغة الدفع		Type de paiement :	
نقدًا	Espèce	برامجة الموبايل	Par Chèque
نقدًا	Espèce	برامجة الموبايل	Par Chèque

تأشير العمل		Visa de l'agent	
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل
تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل	تأشير العمل

REÇU DE Paiement



Numéro de Reçu: 644285423

Nom de l'Agence: PP ACHAACHA

Date de Paiement: 2019-04-23 10:33:44

Num. Tel. De l'Agence:

Adresse de l'Agence:

Code Client: 10000037056241

Nom du Client:

Num. de l'Abonné:

Adresse du Client:

Algeria, Mostaganem, 27005

Code de compte: 13705624100002

Nombre de Lignes:

Mode de Paiement	Carte/Cheque	Devise	Devise Etrangère	Montant Payé	Timbre	Montant Total
Espèce		DZD		3 082,03 DA	31,00 DA	3 113,03 DA

Date Facture	Numéro de Facture	Service	Prix Unitaire	Remise	Montant Net	Montant
20190309	B079019571	AT_RentChargeCode	0,00 DA	0,00 DA	595,00 DA	595,00 DA
20190309	B079019571	Communications vers les mobiles	0,00 DA	0,00 DA	1 037,68 DA	1 037,68 DA
20190309	B079019571	Communications internationales	0,00 DA	0,00 DA	397,09 DA	397,09 DA
20190309	B079019571	AT_FRANCE_MOBILE	0,00 DA	0,00 DA	1 052,26 DA	1 052,26 DA
Montant Total:						3 113,03 DA
Montant Avance:						0,00 DA

Date d'Impression: 2019-04-23 10:33:56

Signature de l'Agent



ALGERIE TELECOM EPE/SPA RC 02B 18083
Capital social : 61 275 180 000 DA
Siège Social : Route Nationale n°05.Cinq Maisons, Mohammadia-16200-Alger
NIF : 000 216 001 808 337
NIS : 000 216 290 656 936

www.algeriatelecom.dz

Email : contact@at.dz

Tél : +213 (021) 82 38 38

Date : 23/04/2019 10:23:43

Agences/Point de présence : PP ACHAACHA

Facture

Num : 5629434304

Identification de Client/l'entreprise

Nom de Client : ██████████
Code Client : 10000086360483
N° de Désignation : ██████████
Code de compte : 30000004596833
Adresse du Client : Cité 40 Logements
CNL,ACHAACHA,Mostaganem
Categorie du Client : Client Exceptionnel

Période De Souscription Du : 23/04/2019 Au : 23/05/2019

Désignation	Prix unitaires en H.T	Durée	Qté	Montant TVA	Montant en T.T.C
Idoom ADSL jusqu'à 2M Conventionné 18 remise	1 312,00	1	1	0,00	1 312,00

Mode de paiement :

Mode de paiement : Cash

Total Général HT : 1 312,00
Total Général TVA : 0,00
Total Général T.T.C : 1 312,00
Droit de timbre : 14,00
Total à payer : 1 326,00 Dinars

La présente facture est arrêtée à la somme de :
Un Mille Trois Cent Vingt Six Dinars Algériens et Zero Centimes

Cadre réservé à Algérie Telecom

Nom De l'Agence : PP ACHAACHA
Num Tel. De l'Agence :
Address De l'Agence :
Signature de l'Agent :

Service No.	Produit	offre	Numéro de Série
A45450159		Idoom ADSL jusqu'à 2M Conventionné 18 remise 1 Cycle	



ALGERIE TELECOM EPE/SPA RC 02B 18083
Capital social : 61 275 180 000 DA
Siège Social : Route Nationale n°05, Cinq Maisons, Mohammadia-16200-Alger
NIF : 000 216 001 808 337
NIS : 000 216 290 656 936

www.algeriatelecom.dz
Email : contact@at.dz
Tél : +213 (021) 82 38 38

Date : 23/04/2019

Reçu de paiement N° : 5629421986

Agence : PP ACHAACHA

Adresse:

Nom & Prénom / Nom de l'entreprise	:	[REDACTED]
Adresse	:	G.Cité 84 Logements
N° de Désignation	:	[REDACTED]
Code Postal	:	27009
N° Compte Client	:	14397039100001

Article	Désignation	Quantite	Prix Unitaire	Remise	Montant HT
Mettre à jour l'adresse d'installation	Changement d'adresse d'installation	1	857,14	0,00	857,14

Mode de paiements : Mode de paiement : Cash	Total HT : 857,14 Total TVA : 162,86 Caution : 0,00 Total TTC : 1 020,00 Droit de timbre : 11,00 Total net à payer : 1 031,00
---	--

Arrêtée la présente facture à la somme :
UnMille Trente Et Un Dinars

<u>Signature conseiller client</u>	<u>Signature client / tiers payant</u>
------------------------------------	--